



Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Satakunta University of Applied Sciences

VEERA OSARA

# **Hakijakokemuksen kartoittaminen kesärekrytoinneissa**

Case: Pirkanmaan Osuuskauppa

LIIKETALouden KOULUTUSOHJELMA  
2020

Tekijä Osara, Veera	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Kesäkuu 2020
	Sivumäärä 41	Julkaisun kieli suomi
Julkaisun nimi <b>Hakijakokemuksen kartoittaminen kesärekrytoinneissa</b> Case: Pirkanmaan Osuuskauppa		
Tutkinto-ohjelma Liiketalous		
Tiivistelmä  <p>Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Pirkanmaan Osuuskaupalle. Työn tavoitteena oli selvittää, millaiseksi kesätyönhakijat kokivat Pirkanmaan Osuuskaupan kevään 2020 rekrytointiprosessin. Lisäksi työssä selvitettiin, millainen työnantajakuva kesätyönhakijoilla on Pirkanmaan Osuuskaupasta, ja millainen hakijakokemus heille rekrytointiprosessista jäi.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu rekrytointiprosessista, hakijakokemuksesta sekä työnantajakuvasta. Opinnäytetyön empiirinen osuus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Opinnäytetyötä syvennettiin kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen menetelmällä. Molempia tutkimusmenetelmiä käyttämällä tutkimustuloksia saatiin tarkennettua ja syvennettyä.</p> <p>Tutkimuksessa aineistonkeruumenetelmänä käytettiin kyselytutkimusta, joka toteutettiin Pirkanmaan Osuuskaupan kesätyönhakijoille. Tutkimuksen aineisto kerättiin keväällä 2020, ja kyselytutkimukseen saatiin vastauksia 954 kesätyönhakijalta.</p> <p>Tutkimustuloksista selvisi, että kesätyönhakijat olivat tyytyväisiä Pirkanmaan Osuuskaupan kesärekrytointiprosessiin, ja täten voidaan olettaa heille jääneen positiivinen hakijakokemus. Lisäksi tuloksista selvisi, että kesätyönhakijoiden työnantajakuva Pirkanmaan Osuuskaupasta on erittäin myönteinen. Tutkimuksen avulla Pirkanmaan Osuuskauppa pystyy parantamaan rekrytointiprosessiaan ensi vuoden kesärekrytointeja varten.</p>		
Asiasanat Rekrytointi, rekrytointiprosessi, hakijakokemus, työnantajakuva, Pirkanmaan Osuuskauppa		

Author Osara, Veera	Type of Publication Bachelor's thesis	Date June 2020
	Number of pages 41	Language of publication: finnish
Title of publication <b>Surveying of the candidate experience in summer recruitments</b> Case: Pirkanmaan Osuuskauppa		
Degree program Business Administration		
Abstract  <p>The thesis was commissioned by Pirkanmaan Osuuskauppa. Its purpose was to find out how the summer job candidates felt about the Pirkanmaan Osuuskauppa spring 2020 recruitment process. The thesis also examined the kind of employer image summer job candidates have of Pirkanmaan Osuuskauppa and the candidate experience the recruitment process left them with.</p> <p>The theoretical framework of the thesis consists of the recruitment process, candidate experience and employer image. The empirical part of the thesis was carried out as a quantitative study. Further qualitative work was done to support the thesis. More specific research results were obtained by using both research methods.</p> <p>The material collection method for the study was a survey that was carried out for the Pirkanmaan Osuuskauppa summer job applicants. The study material was collected in spring 2020, and 954 summer job applicants answered the survey.</p> <p>The research results showed that the summer job candidates were satisfied with the Pirkanmaan Osuuskauppa summer recruitment process and thus presumably left with a positive applicant experience. The results also showed that the summer job candidates have a very favourable employer image of Pirkanmaan Osuuskauppa. With the study, Pirkanmaan Osuuskauppa will be able to improve its recruitment process for next summer's recruitment.</p>		
Key words Recruitment, recruitment process, employer image, candidate experience, Pirkanmaan Osuuskauppa		

# SISÄLLYS

1 JOHDANTO .....	5
2 TAUSTAA TYÖLLE.....	6
2.1 Työn tavoite, tutkimusongelma ja toteutustapa .....	6
2.2 Opinnäytetyön rakenne .....	7
3 TOIMEKSIANTAJA .....	8
3.1 Pirkanmaan Osuuskauppa .....	8
3.2 Keskitetty rekrytointi .....	9
3.2.1 Kesärekrytointikiertue .....	10
4 REKRYTOINTI.....	12
4.1 Rekrytoinnin määritelmä ja sen vaiheet .....	12
4.1.1 Rekrytointitarpeen tunnistaminen ja osaamiskartoitus .....	13
4.1.2 Tehtäväkuvaus ja valintakriteerit .....	14
4.1.3 Työpaikkailmoitus ja hakukanavat .....	14
4.1.4 Hakemusten läpikäynti.....	15
4.1.5 Haastattelut, soveltuvuusarvioinnit ja rekrytointipäätökset .....	15
5 HAKIJAKOKEMUS .....	18
5.1 Hakijakokemuksen muodostuminen .....	18
5.2 Hakijakokemus ja työnantajakuva .....	19
6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	21
6.1 Tutkimusmenetelmät.....	21
6.2 Aineiston kerääminen ja käsittely .....	22
6.3 Opinnäytetyön aikataulu .....	22
7 TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	24
7.1 Taustatiedot .....	24
7.2 Tulokset rekrytointitilaisuudesta.....	27
7.3 Avoimet palautteet .....	32
7.4 Tulosten yhteenveto .....	33
7.5 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi .....	35
8 POHDINTA .....	37
9 LOPUKSI.....	39
LÄHTEET	
LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Rekrytoinnin merkitys on nykypäivänä korostunut, ja yritykset kilpailevat parhaista osaajista. Kesätyöntekijät ovat tulevaisuuden tekijöitä, joten heidän rekrytointiinsa tulee kiinnittää erityistä huomiota. Onnistunut rekrytointi voi vaikuttaa myönteisesti yrityskuvaan ja lisätä nuorten kiinnostusta alaa kohtaan. Opinnäytetyöni aiheena on tutkia kesärekrytoinnin onnistumista ja kartoittaa kesätyönhakijoiden kokemaa työnhakijakokemusta.

Tutkimus tehdään toimeksiantona Pirkanmaan Osuuskaupalle, joka rekrytoi vuosittain satoja kesätyöntekijöitä asiakaspalvelutehtäviin Pirkanmaan alueelle eri toimipaikkoihin. Tutkittavaan aiheeseen päädyin työskennellessäni Hämeenkyrön S-marketissa. Pirkanmaan Osuuskauppa haki toimeksiantona opinnäytetyöntekijää tutki-  
maan kesärekrytoinnin 2020 onnistumista. Kiinnostuin tästä mahdollisuudesta saada lisää tietämystä Pirkanmaan Osuuskaupan rekrytointiprosessista ja olla mukana sen kehittämisessä. Työnhakijakokemus sekä työnantajakuva ovat lisäksi olleet viime aikoina rekrytoinnin suurimpia trendejä, minkä vuoksi tutkittava aihe tuntui ajankohtaiselta sekä mielenkiintoiselta.

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten rekrytointitilaisuudet onnistuivat ja millainen hakijakokemus kesätyönhakijoilla jäi rekrytointitilaisuudesta sekä Pirkanmaan Osuuskaupasta työnantajana. Saatujen tutkimustulosten perusteella selvitetään myös mahdolliset kehityskohteet seuraavan vuoden rekrytointeja ajatellen. Tutkimus toteutetaan kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena Pirkanmaan Osuuskauppaan ha-  
keville kesätyönhakijoille. Tutkimuksen aineisto kerätään kyselytutkimuksena rekry-  
tointitilaisuuksissa. Johtopäätökset rekrytointitilaisuuksien onnistumisesta tehdään saatujen tutkimustulosten perusteella.

## 2 TAUSTAA TYÖLLE

### 2.1 Työn tavoite, tutkimusongelma ja toteutustapa

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia Pirkanmaan Osuuskaupan kevään 2020 kesätyörekrytointien onnistumista. Lisäksi työn tavoitteena on selvittää, millainen hakijakokemus kesätyönhakijoille jäi rekrytointitilaisuuksista sekä Pirkanmaan Osuuskaupasta työnantajana. Tällä saadaan tietoa siitä, miten rekrytointitilaisuuksia Pirkanmaan Osuuskaupassa voidaan kehittää ensi vuoden rekrytointeja varten hakijakokemuksen parantamiseksi. Tavoitteeseen päästään tutkimalla rekrytointitilaisuuksien onnistumista tutkimuskyselyn avulla. Tutkimuksen kohteena ovat Pirkanmaan Osuuskauppaan hakeneet kesätyönhakijat.

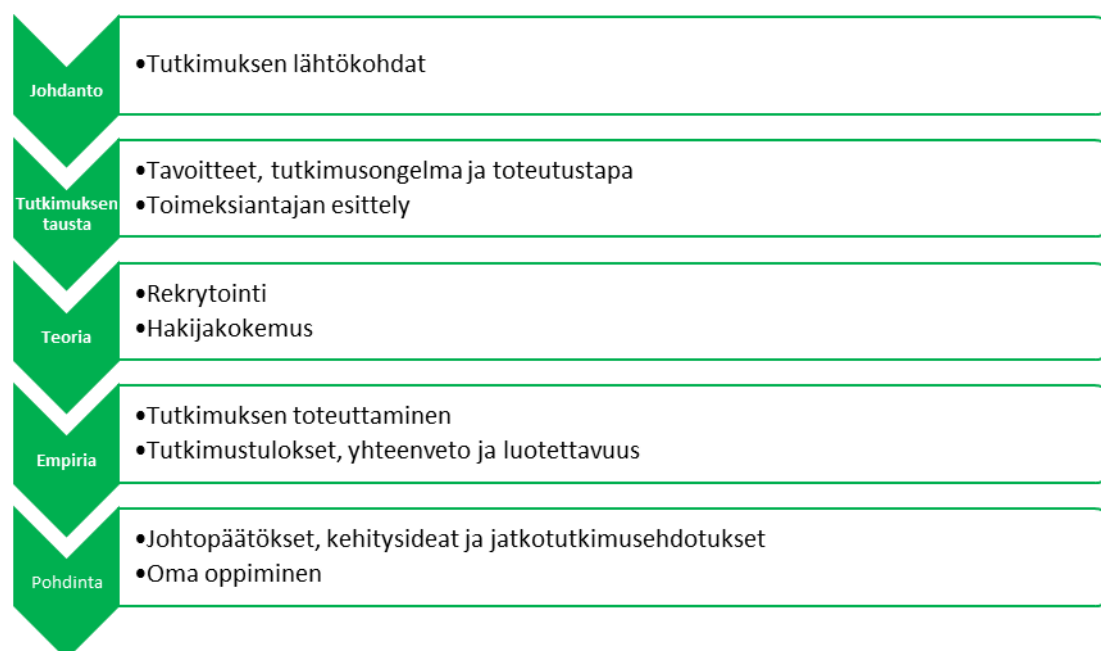
Opinnäytetyön tutkimusongelmana on selvittää, millainen hakijakokemus kesätyönhakijoilla Pirkanmaan Osuuskaupan rekrytointitilaisuuksista jäi. Tutkimusongelma jäsenellään tutkimuskysymyksiksi. Tutkimuskysymysten avulla tutkimusongelma pyritään luokittelemaan rationaalisin kokonaisuuksiin, jotta tulosten tulkitseminen olisi mahdollisimman jouhevaa. Opinnäytetyön päättämiskysymyksenä on selvittää, millaiseksi kesätyönhakijat kokivat kesärekrytoinnit tänä vuonna ja millainen hakijakokemus heille rekrytointitilaisuuksista muodostui. Lisäksi täydentävänä tutkimuskysymyksenä selvitetään, minkälainen työnantajakuva rekrytointitilaisuuksiin osallistuville kesätyönhakijoille jäi Pirkanmaan Osuuskaupasta.

Opinnäytetyö toteutetaan tapaustutkimuksena eli case-tutkimuksena, sillä työssä tuotetaan toimeksiantajalle tietoa kesärekrytoinnin onnistumisesta. Case-tutkimukset ovat syvätutkimuksia jostain sosiaalisesta yksiköstä, tuottaen hyvin organisoidun sekä täydellisen kuvan aiheesta. Tutkimuksen huippuna voi olla kokonaisuus tai osa-alue, tai se voi kohdistua molempiin tekijöihin samanaikaisesti. Case-tutkimuksen avulla saadaan esiin relevantteja asioita, toimintoja sekä vuorovaikutussuhteita. Tutkija ja tutkimuksen kohde ovat case-tutkimuksessa vuorovaikutuksessa keskenään. Tutkija voi mukanaolollaan osallistua ja säännellä tilaisuuksien kulkua. (Pitkäranta 2014, 35.)

## 2.2 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö koostuu johdannosta, tutkimuksen taustasta, teoriaosuudesta, empiirisestä osuudesta sekä pohdintaosuudesta (Kuvio 1). Opinnäytetyö alkaa johdannolla, jonka jälkeen esitellään tutkimuksen taustat. Tämän jälkeen työ etenee teoriaosuuteen, jonka tarkoituksena on antaa perusteellinen kuva opinnäytetyön aiheesta sekä tukea tutkimusta ja sen tavoitteita. Teoriaosuus on jaettu kahteen suurempaan teoriakäsitteseen: rekrytointiin sekä hakijakokemukseen. Ensimmäisessä teoriaosuudessa käsitellään rekrytointia yleisellä tasolla sekä kuvataan rekrytointiprosessin määritelmä ja vaiheet. Toisessa teoriaosuudessa käsitellään hakijakokemuksen määritelmää sekä sen vaikutusta työnantajakuvaan.

Teoriaosuuden jälkeen vuorossa on työn empiirinen osio, jossa käydään läpi tutkimusmenetelmät, tutkimuksen aikataulu sekä aineiston keruu ja käsittely. Tämän jälkeen käsitellään tutkimustulokset, yhteenveto ja tutkimuksen luotettavuus. Tutkimustulosten jälkeen käsitellään työn johtopäätökset, kehitysideat ja jatkotutkimusehdotukset. Työssä viimeisenä arvioidaan omaa oppimisprosessia.



Kuvio 1. Opinnäytetyön rakenne

### 3 TOIMEKSIANTAJA

#### 3.1 Pirkanmaan Osuuskauppa

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Pirkanmaan Osuuskauppa. Pirkanmaan Osuuskauppa toimii osana S-ryhmää ja on asiakasomistajien omistama, vastuullisesti palveleva paikallinen yritys. S-ryhmä on asiakasomistajien omistama suomalainen palvelualan ja vähittäiskaupan yritysverkosto. S-ryhmä muodostuu osuuskaupoista ja Suomen osuuskauppojen keskuskunnasta tytäryhtiöineen. S-ryhmä on Suomen ainoa osuuskaupparyhmä, johon kuuluu yhdeksäntoista itsenäistä alueellista osuuskauppaa. S-ryhmällä on Suomessa yli 2 000 toimipaikkaa. Pirkanmaan Osuuskaupalla toimipaikkoja on yhteensä 114. (S-kanavan www-sivut 2020.)

Pirkanmaan Osuuskaupan toiminta-ajatuksena on palveluiden ja etujen tuottaminen asiakasomistajille. Valikoimaan kuuluu Prismoja, S-marketteja, Saleja, Sokos-tavaratalo ja ravintoloita. (Kuva 1). (S-ryhmän www-sivut 2020.)



Kuva 1. S-ryhmän palveluvalikoima (S-ryhmän www-sivut 2020)



Henkilöstöä Pirkanmaan Osuuskaupalla vuoden 2019 lopussa oli yhteensä 2 689. Kokonaishenkilömäärästä kokoaikaisia työntekijöitä oli yhteensä 729 ja osa-aikaisia 1 960. Osuuskauppa palkkasi huomattavan määrän kesätyöntekijöitä, sillä se tarjosi kesätyöpaikan 500 nuorelle sekä lisäksi yli 800:lle 14-17 vuotiaalle Tutustu ja tienaa -työharjoittelijalle. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2019, 30.)

Pirkanmaan Osuuskauppa on Vastuullinen kesäduuni -kampanjan pääyhteistyökumppani. Vastuullinen kesäduuni -kampanja on Oikotien luotsaama kampanja. Kampanjan yhtenä tavoitteena on taata nuorille laadukas ja hyvä kesätyökokemus. Kampanjassa työnantaja muun muassa lupautuu suunnittelemaan ja toteuttamaan nuorille laadukkaan perehdytyksen (S-kanavan www-sivut 2020). Vuonna 2019 Pirkanmaan Osuuskauppa sai Suomen innostavimmat työpaikat 2019 -tunnustuksen sekä Vastuullinen työnantaja 2019 Pirkanmaa -tunnustuksen. (Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2020, 21.)

Pirkanmaan Osuuskauppa on mukana EK:n eli Elinkeinoelämän Keskusliiton Työ ei syrji -kampanjassa. Kampanjan tavoitteena on vähentää syrjintää suomalaisessa työelämässä. Työntekijöitä rekrytoitaessa hakemuksessa ei enää kysytä työnhakijan ikää tai sukupuolta. Tällä halutaan varmistaa, että työnhakijoiden taustatiedot eivät vaikuta valintaan. (S-ryhmän www-sivut 2020.)

### 3.2 Keskitetty rekrytointi

Pirkanmaan Osuuskaupalla on käytössään keskitetyn rekrytoinnin toimintamalli. Keskitetyn rekrytoinnin mallissa rekrytointiprosessin vaiheet on keskitetty yrityksissä esimerkiksi henkilöstöhallinnolle. Keskittämisen tarkoituksena on tehostaa rekrytointiprosessia ja koordinoita sekä yhtenäistää koko yrityksen työyhteisöä (Kauhanen 2009, 46-47). Keskittämisen avulla pystytään muodostamaan vahva tuki- ja yhteistyöverkosto, kun kommunikointi tapahtuu yrityksen henkilöstöhallinnon kautta. Suurissa yrityksissä keskitetyllä rekrytoinnilla voidaan saada aikaan merkittäviä kustannussäästöjä. (Österberg 2005, 70.)

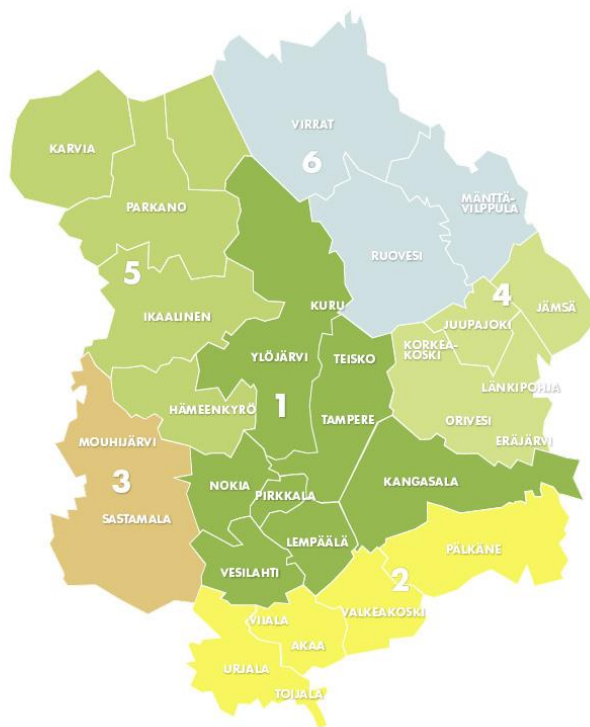
Pirkanmaan Osuuskaupassa keskitetystä rekrytoinnista vastaa rekrytointitiimi. Rekrytointitiimi laatii työpaikkailmoitukset, läpikäy hakemukset, lähettää haastattelukutsut sekä hoitaa hakijoiden esihaastattelut. Lisäksi rekrytointitiimi valitsee esihaastatteluiden perusteella jatkoon pääsevät hakijat, minkä jälkeen toimipaikkojen esimiehet tekevät lopulliset valinnat.

Keskitetyn kesärekrytoinnin kautta haetaan kesätyöntekijöitä laajasti eri S-ryhmän toimipaikkoihin ympäri Pirkanmaata. Keskitetyn rekrytoinnin avulla pyritään helpottamaan toimipaikkojen esimiesten työtä sekä säästämään heidän aikaansa. Keskitetty rekrytointitiimi hoitaa kesärekrytoinnit massarekrytointeina. Erona tavalliseen rekrytointiin on se, että massarekrytoinnissa kaikki kesätyönhakijat haastatellaan; tämä takaa kaikille tasavertaiset mahdollisuudet onnistua. Keskitetyn rekrytoinnin avulla varmistetaan hakijanäkökulmastakin katsottuna laadukas rekrytointiprosessi, tukien samalla Pirkanmaan Osuuskaupan työnantajamielikuvaa. Kesätyöntekijöiden rekrytoinnissa kokemusta tärkeämpää on oikeanlainen asenne.

### 3.2.1 Kesärekrytointikiertue

Alkuvuodesta 2020 Pirkanmaan Osuuskauppa järjesti ympäri Pirkanmaata kiertävän kesärekrytointikiertueen, jossa hakijoita haastateltiin. Hakijoita haastateltiin massa-rekrytointitilaisuuksissa Koivistonkylän Prismalla, oppilaitoksissa sekä Kesäduuni-bussikiertueella (Liite 1). Pirkanmaan Osuuskaupan rekrytoinnit jaettiin kuuteen haastattelualueeseen (Kuva 2). Pirkanmaa ulottuu laajalle ja S-ryhmän toimipaikkoja on ympäri Pirkanmaata, joten alueellisella jaolla haluttiin varmistaa, että kaikki halukkaat pääsivät osallistumaan johonkin haastattelutilaisuuteen.

Kaikki hakemuksen lähettäneet ja tilaisuuksiin osallistuneet haastateltiin. Samassa haastattelutilaisuudessa otettiin huomioon kaikki hakijaa kiinnostavat toimipaikat, joten hakijan tarvitsi osallistua vain yhteen rekrytointitilaisuuteen. Massarekrytointi 2020 on hieman uudistunut edellisestä vuodesta. Tänä vuonna haastateltiin täysi-ikäisten lisäksi myös kesään mennessä 17-vuotta täyttävät, ja heillä oli mahdollisuus hakea Pirkanmaan Osuuskaupan tarjoamia kesätyöpaikkoja. Kesätyöhakemuksia tuli yhteensä 1 775, hakijoita haastatteluihin osallistui 1 213.



Kuva 2. Haastattelualueet (S-kanavan www-sivut 2020.)

Kesätyöhakijoiden rekrytoinnit käynnistyivät helmikuussa massarekrytointitilaisuudella Pirkanmaan Osuuskaupan toimistolla Koivistonkylän Prismalla. Helmi-maaliskuussa kesätyöhakijoita haastateltiin ympäri Pirkanmaata oppilaitoksissa. Oppilaitoskiertueen lisäksi kesätyöhakijoita haastateltiin Kesäduuni-bussikiertueella bussissa, pysähtyen Osuuskaupan toimipaikkojen parkkipaikoille.

Kaikki rekrytointikiertueen rekrytointitilaisuudet alkoivat 15 minuutin mittaisella info-tilaisuudella, jossa esiteltiin Pirkanmaan Osuuskauppaa yrityksenä ja työnantajana, Osuuskaupan työmahdollisuuksia sekä kerrottiin hakijoille rekrytointiprosessin etenemisestä ja aikataulusta. Infotilaisuuden jälkeen hakijat haastateltiin noin viiden minuutin mittaisen yksilöhaastatteluiden muodossa. Yksilöhaastatteluissa hakijoilta tiedusteltiin mahdollisia toimipaikkoja, joissa he pystyisivät työskentelemään, sekä lisäksi aikatauluja kesän suhteen. Kesäduuni-bussikiertuetta kokeiltiin tänä keväänä ensimmäisen kerran haja-asutuspaikkakunnilla, jotta kesätyöhakijoiden olisi helpompi saapua haastatteluun. Kesäduunibussi pysähtyi kolmentoista Osuuskaupan toimipaikan pihaan. Bussin takaosasta löytyi kymmenen hengen auditorio, jossa pidettiin alkuinfo. Lisäksi bussista löytyi useita työpisteitä, joissa hakijoita haastateltiin.

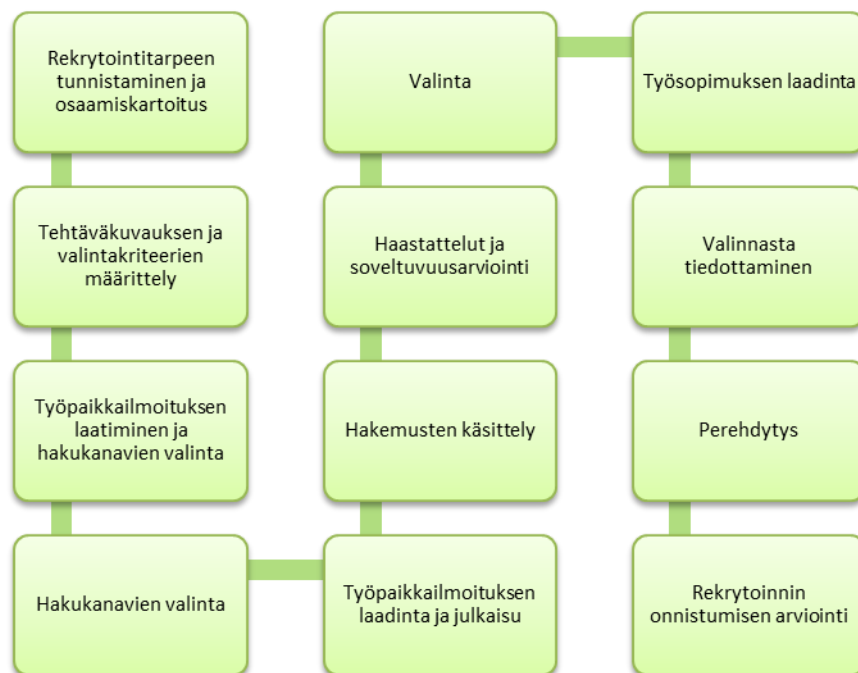
## 4 REKRYTOINTI

### 4.1 Rekrytoinnin määritelmä ja sen vaiheet

Rekrytointi tarkoittaa henkilöstöhankintaa, johon kuuluu toimenpiteitä ja valintoja, joiden avulla yritys saa palkattua sen tarvitsemat henkilöt palvelukseensa. Rekrytoinnit ovat yritykselle tärkeitä ja merkittäviä, koska ne vaikuttavat yrityksen kilpailukyvyn säilyttämiseen ja menestykseen tulevaisuudessa. (Helsilä & Salojärvi 2009, 119.)

Työntekijän palkkaaminen on merkittävä taloudellinen investointi ja päätös, joka vaikuttaa yrityksen toiminnan sujuvuuteen, tehokkuuteen ja palvelun laatuun. Rekrytointi jaotellaan sisäiseen ja ulkoiseen rekrytointiin. Sisäisessä rekrytoinnissa etsitään työntekijää avoimeen tehtävään yrityksen sisältä. Ulkoisessa rekrytoinnissa työpaikka on kaikkien haettavissa. Ulkoisen rekrytoinnin kautta voidaan saada yritykselle uutta osaamista ja kilpailuetua, mutta samalla se vaatii yritykseltä enemmän resursseja. (Viitala 2014, 87.)

Huolelliseen suunnitteluun ja toteutukseen täytyy käyttää aikaa, jotta yrityksen rekrytoinnit olisivat onnistuneita. Epäonnistuneessa rekrytointiprosessissa kärsivät työntekijä ja yritys, samoin kuin mahdollisesti yrityksen asiakkaatkin. Tällöin tehty investointi ei tuota odotetulla tavalla hyötyä organisaatiolle. (Joki 2018, 87). Rekrytointiprosessiin kuuluu monia eri vaiheita (Kuvio 2). Rekrytointiprosessin vaiheet vaihtelevat riippuen rekrytointitavasta. Rekrytointiprosessin kesto vaihtelee muutamasta päivästä muutamaankuukauteen. (Helsilä & Salojärvi 2009, 127.)



Kuvio 2. Rekryointiprosessin vaiheet (Helsilä & Salojärvi 2009, 129)

#### 4.1.1 Rekryointitarpeen tunnistaminen ja osaamiskartoitus

Rekryointiprosessia käynnistettäessä on tarpeellista tehdä osaamiskartoitus ja analysoida rekrytoinnin tarve. Tarvemäärityksen avulla yritys saa kartoitettua uuden työntekijän todellista tarvetta (Viitala 2014, 26). Ennen uuden työvoiman palkkaamista yrityksessä on hyvä pohtia, pystytäänkö työmenetelmiä ja työtehtäviä kehittämään siten, ettei uutta työntekijää tarvitse rekrytoida. Osaamiskartoituksella selvitetään, joutuuko yritys rekrytoimaan ulkopuolelta uuden osaajan vai olisiko yrityksessä valmiina työntekijää, jolla olisi jo sopiva ja tarvittava osaaminen. (Kaijala 2016, 27.)

Rekryointitarpeen analysointi sekä osaamiskartoitus edistävät yritystä selkeyttämään menettelytapojansa. Rekryointitarpeen analysoinnin jälkeen esimies kykenee jäsentelemään rekryointitarpeensa sekä aloittamaan rekrytoitavan henkilön tehtäväkuvauksen pohtimista. (Honkaniemi ym. 2006, 39.)

#### 4.1.2 Tehtäväkuvaus ja valintakriteerit

Tehtäväkuvaus määrittää, mitä työssä tehdään ja mistä osatehtävistä tietty tehtäväkenttä koostuu. Tehtäväkuvauksessa selvennetään tavoitteet sekä työssä menestymisen edellytykset. Tehtäväkuvauksen selkeys sekä realistisuus ovat tärkeitä, sillä ne osittain ehkäisevät epäonnistuneita rekrytointeja. (Honkaniemi ym. 2006, 41.)

Valintakriteerit laaditaan tehtäväkuvauksen pohjalta. Valintakriteereissä huomioidaan tehtävän asettamat edellytykset ja keskeiset vaatimukset tehtävässä menestymiseen (Vaahtio 2005, 73). Valintakriteereitä voivat olla niin henkilökohtaiset edellytykset kuin ammatilliset valmiudetkin. Ammatilliset valintakriteerit voidaan todentaa työkokemuksen avulla. Sen sijaan henkilökohtaisia edellytyksiä ei voida todentaa ja määrittää samalla tavalla, vaan ominaisuuksien kartoittaminen vaatii yleensä psykologista soveltuvuusarviointia. (Honkaniemi ym. 2006, 44–45.)

#### 4.1.3 Työpaikkailmoitus ja hakukanavat

Hyvä työpaikkailmoitus saa potentiaalisimmat hakijat kiinnostumaan yrityksen työtehtävästä. Ilmoituksesta tulisi käydä ilmi olennaisimmat asiat, ja sen tulisi olla selkeä ja ytimekäs. Työpaikkailmoituksessa tulisi kertoa tiivistetysti toimialasta sekä yrityksestä (Joki 2018, 91). Selventämällä ilmoituksessa todenmukaisen työn tehtäväkuvasäästytään hakijan harhaanjohtamiselta ja pystytään ennaltaehkäisemään epäonnistuneita rekrytointeja ja turhia hakemuksia. (Salli & Takatalo 2014, 26–29.)

Hakukanavan valinnassa tulee löytää oikeat hakukanavat, jotta on mahdollista tavoittaa oikeat ihmiset. Monet asiat vaikuttavat hakukanavien valintaan, kuten se, millaiseen työtehtävään uutta työntekijää etsitään ja se, miten vaativaa rekrytointi on. Lisäksi rekrytoinnin budjetti, aikataulu ja yrityskuvan rakentaminen vaikuttavat hakukanavan valintaan. Hakukanava sekä visuaalisuus rekrytoinneissa vaikuttavat myös työnantajamielikuvaan. (Joki 2018, 94.)

#### 4.1.4 Hakemusten läpikäynti

Rekrytointiprosessin alussa perusteellisesti laaditut valintakriteerit ja selvä tehtävänkuvaus helpottavat hakemusten esikarsintaa. Esikarsintavaiheessa, hakemuksia käsiteltäessä, hakemukset voidaan jakaa ryhmiin: kyllä, ehkä ja ei haastatteluun kutsuttavat hakijat. Ehdokkaiden hakemuksia läpikäydessä on olennaista huomioida, miten hyvin tehtävään määritetyt kriteerit täyttyvät. Suositeltavaa on myös kiinnittää huomiota opinto- ja työhistoriaan. Hakemuksen mahdollisia aukkokohtia voi pyytää selvittämään hakijan haastattelutilanteessa. (Salli & Takatalo 2014, 49-51.)

Rekrytointiprosessin esikarsinnan voi tehdä esimerkiksi koulutuksen ja työkokemuksen perusteella. Tässä vaiheessa tulisi kuitenkin huomioida, että on haasteellista löytää täydellistä hakijaa osaamisten ja taitojensa puolesta. Hakijoiden esikarsinnassa ei tulisi olla liian kriittinen, sillä tällöin voi karsiutua potentiaalinen hakija, jolla voisi olla hyvät mahdollisuudet tehtävässä kehittymiseen. (Salli & Takatalo 2014, 49.)

Hakijajoukon ollessa valtava rekrytointiprosessia vauhdittavat hakijoiden ennakkotehtävät, esittelyvideot sekä nopeat video- tai puhelinhaastattelut, jotka rajaavat kiinnostavien hakijoiden joukon. Yrityksellä voi olla myös hakemusten hallintaan tarkoitettuja monenlaisia työvälineitä ja järjestelmiä, jotka nopeuttavat hakemusten esikarsintaa. Rekrytointiprosessia sekä tiedonhakua nopeuttavat esimerkiksi hakemusten käsittely sähköisissä rekrytointijärjestelmissä. (Honkaniemi ym. 2006, 49–50; Salli & Takatalo 2014, 51–52.)

#### 4.1.5 Haastattelut, soveltuvuusarvioinnit ja rekrytointipäätökset

Merkittävä osa rekrytointiprosessia ovat haastattelut, joiden avulla saadaan potentiaalisista työnhakijoista tarvittavaa tietoa. Haastatteluiden luotettavuutta lisää, jos haastattelutilanteessa on kaksi haastattelijaa. Haastateltavien hakijoiden arviointi on tasapuolisempaa, kun tilannetta havainnoi enemmän kuin yksi haastattelija. Haastattelutilanteessa haastattelijoina voivat olla henkilöasiantuntija, esimies tai ulkopuolinen asiantuntija, kuten esimerkiksi henkilövalintapsykologi. Useamman henkilön osallistuksessa haastatteluun kannattaa sopia tehtävänjaosta etukäteen. (Viitala 2014, 95.)

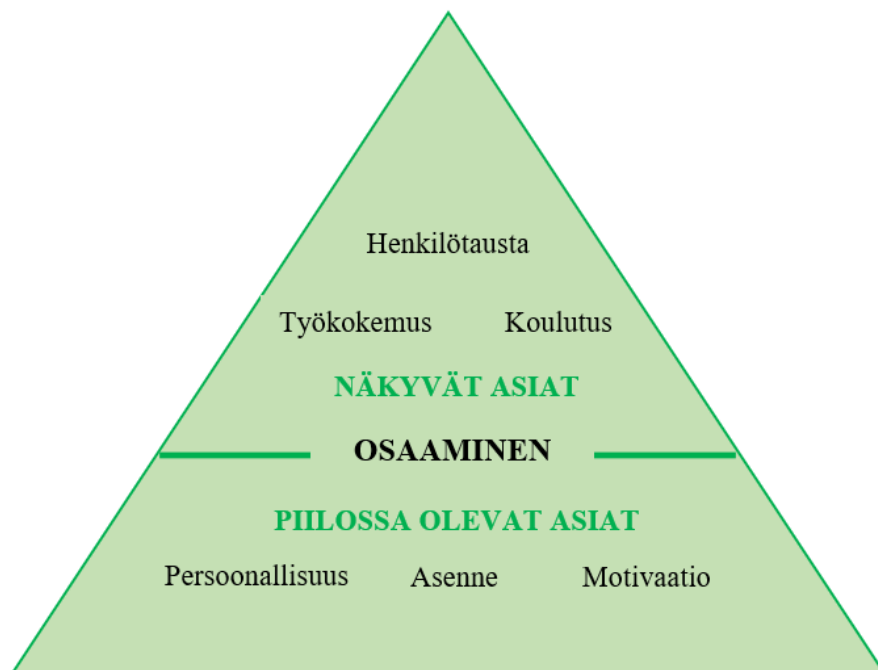
Haastattelut ovat yleisimmin lajityypeiltään strukturoituja, puolistrukturoituja tai avoimia haastatteluja. Strukturoitu haastattelu eli lomakehaastattelu toteutetaan aina samoilla kysymyksillä koko työhaastattelun ajan jokaiselle haastateltavalle. Strukturoidussa haastattelussa vastaukset ovat ennalta rajattuja. Puolistrukturoidun haastattelun kysymykset ovat kaikille haastateltaville samoja ja ennalta mietittyjä, valmiit vastausvaihtoehdot vain puuttuvat. Avoin haastattelu on hyvin lähellä vapaata keskustelua, jossa haastateltava kertoo itsestään ja taustoistaan keskustelun lomassa. (Salli & Takatalo 2014, 81.)

Ennen haastattelun alkua on tärkeää synnyttää rento ilmapiiri. Tämän jälkeen on mutkattomampaa aloittaa kysymään haastavampia kysymyksiä. Haastattelun lopussa haastateltavalle kerrotaan rekrytointiprosessin etenemisestä ja annetaan tilaisuus kysyä lisäkysymyksiä. Hakijasta on hyvä kirjata muistiinpanoja haastattelun aikana tai sen jälkeen, pitäen mielessä tehtäväkuvaus sekä valintakriteerit. (Joki 2018, 97-98.)

Osa yrityksistä käyttää valintapäätöksen tukena erilaisia soveltuvuusarviointeja. Soveltuvuusarvioinnin eli henkilöarvioinnin avulla analysoidaan hakijoiden soveltuvuutta työtehtävään. Soveltuvuusarvioinnissa hakijat tekevät työnantajan ennalta määrittämiä tehtäviä, testejä sekä työsimulaatioita. Tehtävien tarkoituksena on arvioida hakijoiden osaamista, älykkyyttä, persoonaa, motivaatiota sekä erilaisten kokonaisuuksien käsittelyä. Soveltuvuusarvioinnit tehdään yleensä rekrytointiprosessin loppupuolella; tällöin potentiaalisia hakijoita on jäljellä enää pieni joukko. Työnhakijoiden erilaisiin kykyihin laajasti paneutuva soveltuvuusarviointi vähentää virherekrytoinnin riskiä ja lisää rekrytointipäätöksen luotettavuutta. (Vaahtio 2005, 158; Salli & Takatalo 2014, 102.)

Korosuo ja Järvinen tarkastelevat henkilöarvioinnin jäävuorimallissa (Kuvio 3) osia alueita, jotka muodostavat henkilön osaamisen ja joista halutaan saada tietoa haastattelussa. Henkilötausta, koulutus ja työkokemus ovat näkyvissä olevia asioita, eli ne selviävät suurimmalta osin jo hakemuksesta. Piilossa olevat asiat, kuten henkilön persoonallisuus sekä motivaatio, selviävät vasta haastattelussa. (Järvinen & Korosuo 1990, 77.)





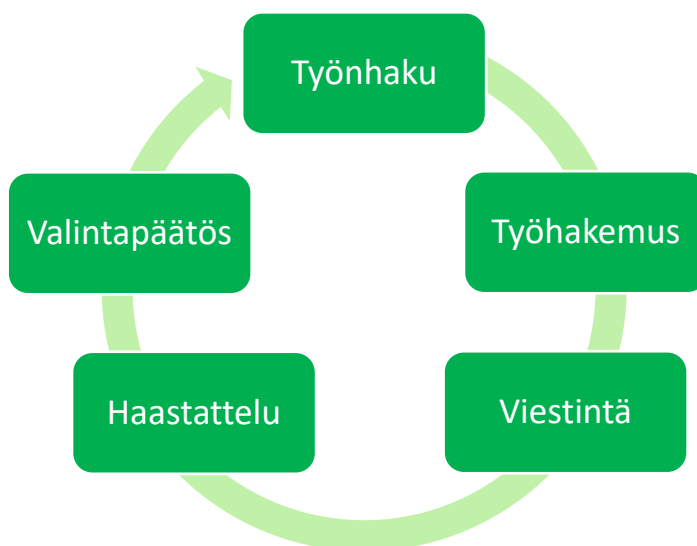
Kuvio 3. Korosuon ja Järvisen henkilöarvioinnin jäävuorimalli (Järvinen & Korosuo 1990, 77)

Haastatteluiden ja soveltuvuusarviointien jälkeen on valintapäätöksen aika. Valintapäätös ilmoitetaan hakijalle sähköisesti, kirjallisesti tai puhelimitse. Rekrytointiprosessi on merkittävää viedä tehokkaasti loppuun asti, ja valintapäätöksestä tulee ilmoittaa hakijalle mahdollisimman nopeasti. Tiedottamisen tärkeys hakuprosessin etenemisestä nousee merkittävään asemaan tässäkin vaiheessa. Hyvin hoidettu rekrytointi ja hakijaviestintä loppuun asti kertoo hyvästä työnantajasta sekä vaikuttaa positiivisesti työnantajamielikuvaan. (Honkaniemi ym. 2006, 147-149)

## 5 HAKIJAKOKEMUS

### 5.1 Hakijakokemuksen muodostuminen

Asiakaskokemusajattelu on edennyt yhä enemmän rekrytoinnin maailmaan. Asiakaskokemusajattelussa perehdytään siihen mitä asiakas ajattelee ja tuntee erilaisista tuotteista sekä palveluista edustajien tai muiden tahojen kanssa toimiessaan. Samanlainen ajatus tulee esille hakijakokemuksessa, joka muodostuu työnhakijalle rekrytointiprosessin aikana. Hakijakokemus tarkoittaa siis työnhakijoille muodostuneita kokemuksia ja tunteita yrityksen rekrytointiprosessista. (Onishuk 2020). Hakijakokemukseen vaikuttavat monet eri kosketuspisteet rekrytointiprosessin aikana (Kuvio 4) työnhausta valintapäätökseen asti. Lisäksi hakijakokemukseen vaikuttavat yrityksen reagointinopeus hakuprosessin aikana. (Writer 2019.)



Kuvio 4. Hakijakokemukseen vaikuttavat vaiheet (Writer 2019)

Onnistunut hakijakokemus alkaa yrityksen antamasta positiivisesta ensivaikutelmasta sekä potentiaalisen hakijan huomion kiinnittämisestä. Hakuvaiheessa hakija odottaa hakemisen olevan helppoa ja mutkatonta. Hakijan kiinnostuessa työtehtävästä työpaikkailmoituksen tulee olla houkutteleva sekä kiinnostava. Työpaikkailmoitus tulisi kohdentaa niihin kanaviin, missä potentiaaliset hakijat voisivat olla (Studentwork www-sivut 2020.)

Työhakemuksen jättämisen jälkeen hakija odottaa kiitosta tulleesta hakemuksesta sekä informaatiota rekrytointiprosessin aikataulusta ja seuraavista vaiheista. Tästä vaiheesta alkaen hakijaviestinnällä on tärkeä rooli onnistuneen ja positiivisen hakijakokemuksen kannalta. Positiivinen hakijakokemus edistää työnantajakuva ja organisaation mainetta, riippumatta työnhaun lopputulemasta. (Talent Board 2020.)

Hakijaviestintä on yksi tärkeimmistä hakijakokemukseen vaikuttavista tekijöistä. Hakijaviestinnän suunnittelu on tarpeellista, koska ajoittain hakijamassat ovat suuria ja tällöin viestintä voi olla haastavaa (Laaksonen 2017, 23). Hakuprosessin tulisi olla nopea ja tehokas onnistuneen hakijakokemuksen kannalta. Huonosti hoidettu rekrytointi luo negatiivista yrityskuvaa koko organisaatiosta. Monesti aktiivinen työnhakija on lähettänyt työhakemuksia useampiin yrityksiin; tällöin nopeimmin rekrytointiprosessinsa hoitanut yritys saa alan huippuosaajat. (Räsänen 2019, 35.)

Positiivinen hakijakokemus sekä viestintä on tärkeää huomioida, vaikka hakuprosessi päättyisi hakijan kannalta prosessista karsiutumiseen. Positiivinen hakijakokemus ei tarkoita suoraan yritykseen palkkaamista (Rantanen 2018). Mikäli rekrytointiprosessista ei jää positiivista kuvaa hakijoille, potentiaaliset hakijat eivät ole kiinnostuneita jatkossakaan hakemaan yritykseen töihin. Lisäksi huono hakijakokemus heikentää hakijoiden todennäköisyyttä ostaa tuotteita tai palveluita kyseiseltä työnantajalta. Hakuprosessista on tärkeää pyytää hakijoilta palautetta hakijakokemuksen kehittämisen kannalta. (Laakso 2015.)

## 5.2 Hakijakokemus ja työnantajakuva

Hakijakokemuksen merkitys ja työnantajamielikuvan vahvistaminen ovat kasvaneet vuosi vuodelta yhä suuremmaksi ja tärkeämmäksi osaksi yrityksen rekrytointistrategiaa. Hakijakokemuksen perusteella syntyvä positiivinen rekrytointikokemus edesauttaa yrityksen tavoitetta saada vuosittain parempia hakijoita hakuprosessiin. Työnantajakuva tarkoittaa mielikuvaa siitä, minkälaisena työpaikka näyttäytyy työnhakijoille sekä yrityksen työntekijöille. Ennen uuden työntekijän palkkaamista yritys antaa itsensä jo tietynlaisen kuvan. Myönteinen hakijakokemus voi muodostua hakijalle pelkästään jo siitä, että yrityksestä, mihin on hakenut, on jo entuudestaan positiivinen

kuva, jolloin rekrytointiprosessin kaikkiin virheisiin ei kiinnitä huomiota. Hakijan mielikuva yrityksestä työnantajana muovautuu ja kehittyy lisää yritykseen palkkaamisen jälkeenkin sekä myös työsuhteen aikana. Positiivinen hakijakokemus määrittää työnantajakuva sekä toimii tulevien rekrytointien kivijalkana. (Korpi, Laine & Soljasalo 2012, 67.)

Rekrytointiprosessin aikana hakijat tekevät nopeita päätelmiä koko organisaatiosta työnantajana. Hakuprosessin ollessa hidas hakijalle tulee helposti yrityksestä negatiivinen mielikuva. Lisäksi haastattelutilanteeseen osallistuvien esimiesten amatöörimäinen tai epäasiallinen haastattelu voi luoda hakijalle negatiivisia mielikuvia. Rekrytointiprosessiin osallistuvien olisi tärkeää huomioida työnantajakuvan merkitys. (Nivukoski 2019).

Työnhakijoiden hakijakokemukset vaikuttavat huomattavasti yritysten työnantajakuvaan, brändiin sekä liiketoimintaan. Rekrytointiprosessista muodostunut hakijakokemus muuttaa työnhakijoiden työnantajakuva yrityksestä niin positiivisesti kuin negatiivisestikin. Hakijakokemuksen eteenpäin kertomisesta on tullut helpompaa sosiaalisen median kautta. Niin positiiviset kuin negatiivisetkin kokemukset voivat tavoittaa monia tuhansia tulevaisuuden hakijoita lyhyessäkin ajassa sosiaalisen median välityksellä (Rantanen 2018). CareerArcin teettämän tutkimuksen mukaan jopa 80 prosenttia työnhakijoista kertoo hakukokemuksestaan tutuilleen, sosiaalisessa mediassa tai työnantajien verkkosivuilla (CareerArc 2020). Onnistuneen hakijakokemuksen avulla hakijoista voi tulla yrityksen puolestapuhujia ja tämän kautta lisätä yrityksen asiakasvirtaa (Leinonen 2017.)

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 6.1 Tutkimusmenetelmät

Empiirisen tutkimuksen perustana ovat menetelmät, jotka pohjautuvat teoreettiseen tutkimukseen. Empiirinen tutkimus eli kokemusperäinen tutkimus pyrkii selvittämään toteutuuko teorian tekstin olettamukset käytännössä. Empiirinen tutkimus jaetaan kahteen eri ryhmään: kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen ja kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimukseen. Samassa tutkimuksessa voidaan käyttää molempia menetelmiä, jos ne täydentävät toisiaan. (Heikkilä 2014, 12.)

Tutkimusmenetelmän valitsemiseen vaikuttavat tutkittava tapaus sekä lähestymistapa. Kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää käytetään silloin, kun tutkittavasta aiheesta ei ole vielä tarpeeksi tutkimustietoa. Kvalitatiivisen tutkimuksen aineisto kerätään yleensä suppealta ryhmältä. Kvalitatiivisen tutkimuksen tyypillisimpiä aineistonkeruumenetelmiä ovat henkilökohtaiset haastattelut, ryhmähaastattelut, valmiit aineistot ja dokumentit sekä osallistuva havainnointi. Laadullista tutkimusta toteuttaessa vastaajat saavat vastata kysymyksiin omin sanoin, sillä valmiita vastausvaihtoehtoja ei ole annettu. (Heikkilä 2014, 16.)

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta voidaan kutsua myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Kvantitatiivisen tutkimuksen yleisimpiä aineistonkeruumenetelmiä ovat lomakekysely, internet-kysely, strukturoitu haastattelu sekä systemaattinen havainnointi. Aineiston keruussa käytetään yleisimmin standardoituja tutkimuslomakkeita, jotka sisältävät valmiit vastausvaihtoehdot. (Vilkkä 2007, 21.)

Tässä opinnäytetyössä käytetään kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivinen tutkimusote sopii tähän työhön parhaiten, sillä sen avulla pystytään tutkimaan suuren kesätyöhakijajoukon kokemaa hakijakokemusta rekrytointiprosessissa. Kyselytutkimus sisälsi avoimen palauteosion, joten opinnäytetyötä syvennetään kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen menetelmällä. Tutkimustulosten vastausten perusteella voidaan tehdä yleistys kesätyönhakijoiden kokemuksista ja mielipiteistä hakuprosessista.

## 6.2 Aineiston kerääminen ja käsittely

Tutkimuksessa aineistonkeruumenetelmänä käytetään kyselytutkimusta. (Heikkilä 2014, 15). Aineistonkeruumenetelmänä kyselytutkimus on parhain tähän työhön, koska kyselytutkimus sopii suurelle kohderyhmälle. Lisäksi kyselytyökalun avulla tutkimustulokset ovat mahdollisimman luotettavia sekä virheettömiä. Kyselytutkimus toteutettiin rekrytointitilaisuuksissa, koska sillä taattiin vastaajien hyvä prosentuaalinen lukumäärä. Kyselytutkimus toteutettiin Syrveypal-kyselytyökalulla, jonka avulla luotiin kysely, johon kesätyöhakijat pääsivät anonymisti vastaamaan rekrytointitilaisuuksissa haastattelun jälkeen iPadin tai QR-koodin kautta.

Kyselypohja tuli valmiina Pirkanmaan Osuuskaupalta, sillä samaa kyselyä oli käytetty kevään 2019 kesärekrytoinneissa. Samaa kyselylomaketta haluttiin käyttää, jotta tuloksia pystytään vertailemaan keskenään ja tämän pohjalta arvioimaan, kuinka kevään 2020 rekrytoinnit onnistuivat ja mitä mahdollisia kehityskohteita olisi. Kyselyyn tehtiin muutamia muutoksia, sillä kesärekrytointi oli hieman uudistunut edellisestä vuodesta. Kesärekrytointitilaisuuksien palautekyselyllä (Liite 2) haluttiin selvittää, miten rekrytointitilaisuudet onnistuivat kokonaisuudessaan sekä millainen kokemus hakijoilla jäi hakuprosessista ja Pirkanmaan Osuuskaupasta työntajana. Tutkimuksen aineisto kerättiin rekrytointitilaisuuksissa sekä bussikiertueella 7.2. - 4.3.2020.

## 6.3 Opinnäytetyön aikataulu

Opinnäytetyöprosessi käynnistyi syyskuussa 2019. Opinnäytetyön aiheesta ja sen sisällöstä sovittiin lokakuussa Pirkanmaan Osuuskaupan konttorilla Koivistonkylän Prismalla opinnäytetyöpalaverin merkeissä. Marraskuussa aloin suunnittelemaan tutkimusta ja sen sisältöä. Suunnitteluiden pohjalta tein tutkimuksen aiheanalyysin. Teoriaosuutta ja sen aihealueita aloin suunnittelemaan ja kirjoittamaan joulukuussa. Tutkimuksen aineiston keräsin helmi-maaliskuussa rekrytointitilaisuuksissa sekä bussikiertueella. Tutkimuksen aineiston analysoin maaliskuussa. Väliseminaari pidettiin toukokuussa 2020, josta sain hyviä kehitysehdotuksia, ja jonka jälkeen viimeistelin vielä työni. Kuviossa 5 on kuvattuna opinnäytetyön toteuttamisen aikataulu toimeksiantajan löytämisestä valmiiseen opinnäytetyöhön.

	syyskuu 2019	lokakuu 2019	marraskuu 2019	joulukuu 2019	tammikuu 2020	helmikuu 2020	maaliskuu 2020	huhtikuu 2020	toukokuu 2020	kesäkuu 2020
Toimeksiantajan löytäminen										
Aiheen valinta										
Tutkimuksen suunnittelu										
Aiheanalyysi										
Teorian kirjoittaminen										
Tutkimuksen aineiston keruu										
Tulosten analysointi										
Väliseminaari										
Kehitysideoiden huomiointi										
Työn viimeistely										
Valmis opinnäytetyö										

Kuvio 5. Opinnäytetyön aikataulu

## 7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

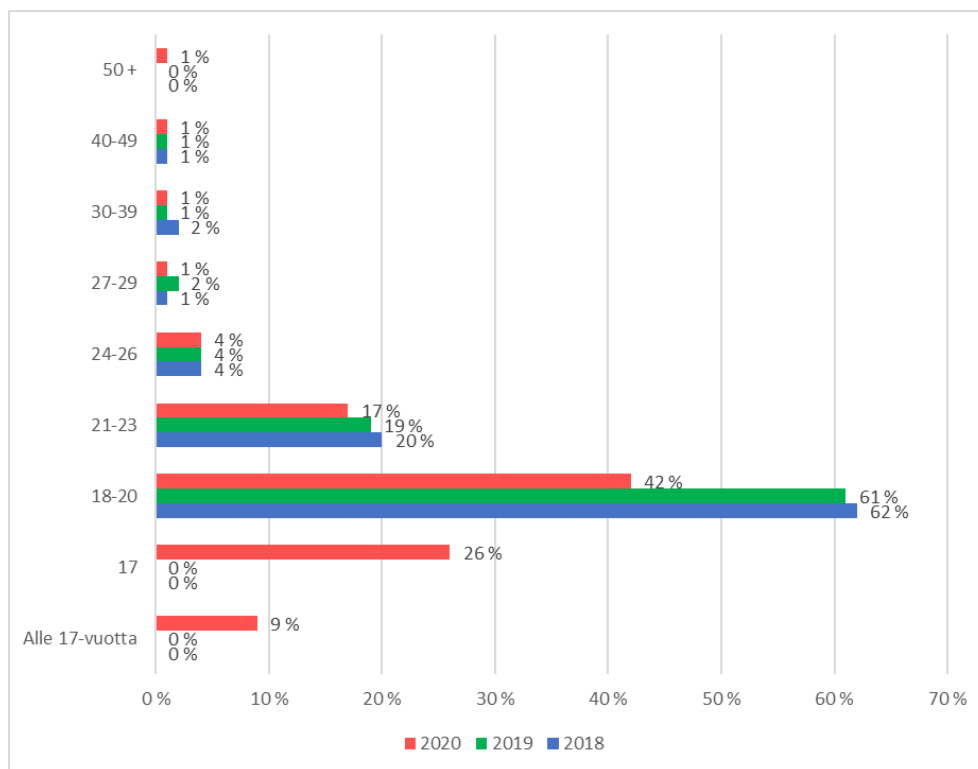
### 7.1 Taustatiedot

Vastauksia tutkimukseen saatiin yhteensä 954 kesätyönhakijalta. Haastatteluihin osallistui 1 213 kesätyönhakijaa, joten vastausprosentiksi muodostui 78,6 prosenttia. Kyselyn tuloksia vertaillaan kuvioissa aikaisempien vuosien, 2018 ja 2019, tuloksiin. Tutkimustulosten avulla saadaan selville, miten rekrytointitilaisuudet ovat parantuneet edellisiin vuosiin verrattuna.

Kyselyn alussa vastaajilta haluttiin kartoittaa taustatietoja. Hakijoista miesten osuus osoittautui huomattavasti naisia pienemmäksi. Vastaajista 73,8 prosenttia oli naisia ja 26,2 prosenttia miehiä. Jokaisessa alueellisessa rekrytointitilaisuudessa naisten osuus oli huomattavasti suurempi verrattaessa miehiin. Miesten vähäinen osuus rekrytointitilaisuuksien osallistujista kuvaa yleistä käsitystä sukupuolten välisestä työjaosta. Kotipaikkakuntaa tiedusteltaessa yli puolet hakijoista oli Tampereelta. Muut hakijat jakautuivat melko tasaisesti Pirkanmaan maakuntiin.

Taustatietoja kartoittaessa hakijoilta haluttiin tiedustella heidän ikäänsä (Kuvio 6). Suurin hakijaryhmä (41,7 %) kuului tänäkin vuonna 18-20-vuotiaiden ikäryhmään. Toiseksi suurin ikäryhmä oli 17-vuotiaat ja alle. Heitä oli yhteensä 34,4 prosenttia. Tuloksista on nähtävissä, että hakijoista 18-20 vuotiaita oli vähemmän kuin edellisinä vuosina; tätä kuitenkin kompensoi 17-vuotiaiden ikäryhmä. Vastauksista voidaan tulkita nuoremman ikäluokan hakevan kesätöihin Pirkanmaan Osuuskaupalle.

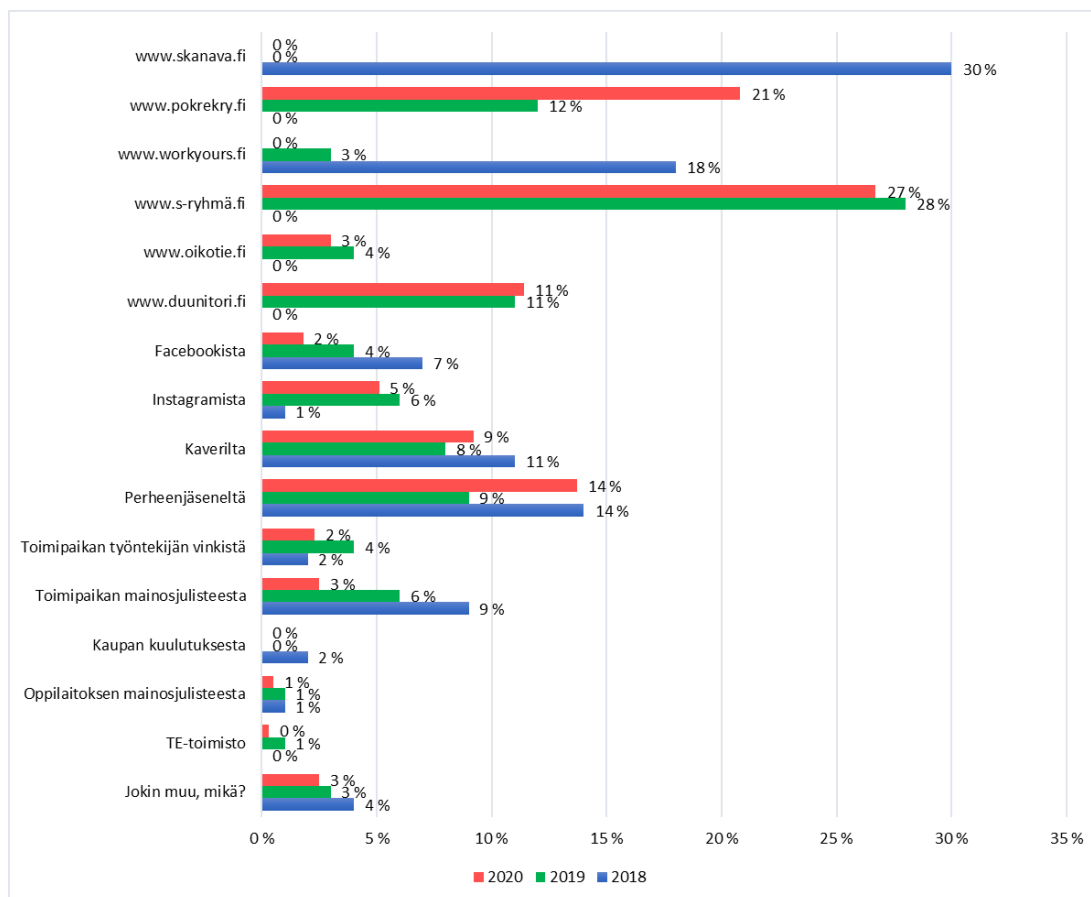




Kuvio 6. Ikäjakauma

Hakijoilta kartoitettiin mihin rekryointitilaisuuteen he olivat osallistumassa. Enemmistö hakijoista (78,0 %) osallistui Koivistonkylän Prismän rekryointitilaisuuteen. Toiseksi suurin hakijaryhmä (11,0 %) osallistui Kesäduuni -bussikiertueelle. Muut hakijat jakautuivat melko tasaisesti rekryointitilaisuuspaikkojen välille. Hakijoilta tiedusteltiin millä he ovat rekryointitilaisuuteen saapuneet. Hyvien kulkuyhteyksien takia enemmistö hakijoista (32,6 %) oli saapunut rekryointitilaisuuteen bussilla. Toiseksi suurin hakijaryhmä (30,7 %) oli saanut oman kyydin. Kolmanneksi suurin hakijaryhmä (25,7 %) oli saapunut rekryointitilaisuuteen omalla autolla. Muut hakijat olivat saapuneet kävellen (8,7 %), pyörällä (2,5 %) ja vähemmistö vastaajista junalla (0,4 %). Junalla saapumisen vähyys selittyy rekryointitilaisuuksien sijaintien olleen huonojen junayhteyksien varrella.

Kuudentena hakijoilta kartoitettiin mistä he olivat saaneet tiedon Pirkanmaan Osuuskaupan kesätyöpaikoista (Kuvio 7). Enemmistö vastaajista (26,7 %) oli saanut tiedon kesätyöpaikoista S-ryhmän www-sivujen kautta. Toiseksi suurin vastaajaryhmä (20,8 %) oli saanut tiedon pokrekry.fi-sivujen kautta. Vertailtaessa edellisiin vuosiin huomionarvoisena seikkana voidaan pitää hakijoiden parempaa tietoisuutta pokrekry.fi-sivuista.

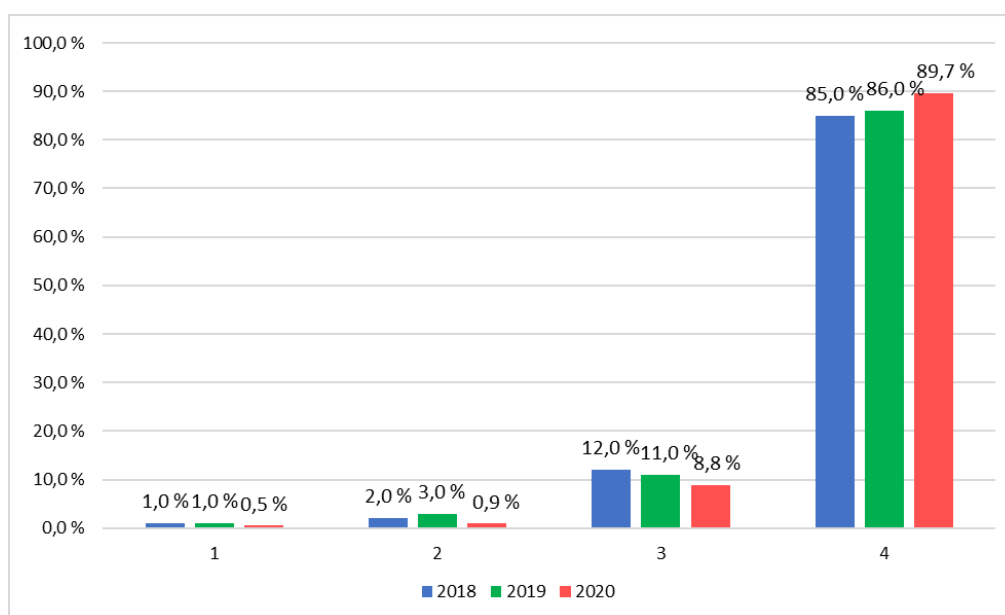


Kuvio 7. Tiedonsaanti kesätyöpaikoista

Kuviossa 7 vastausvaihtoehtona kesätyöpaikan tiedonsaannille oli ”Jokin muu, mikä”. Avoimeen vastauskenttään vastasivat 2,5 % hakijoista. Vastauksista kävi ilmi hakijoiden saaneen tiedon muun muassa LinkedInistä, viime kesän kesätöiden kautta tai toimipaikan julisteesta.

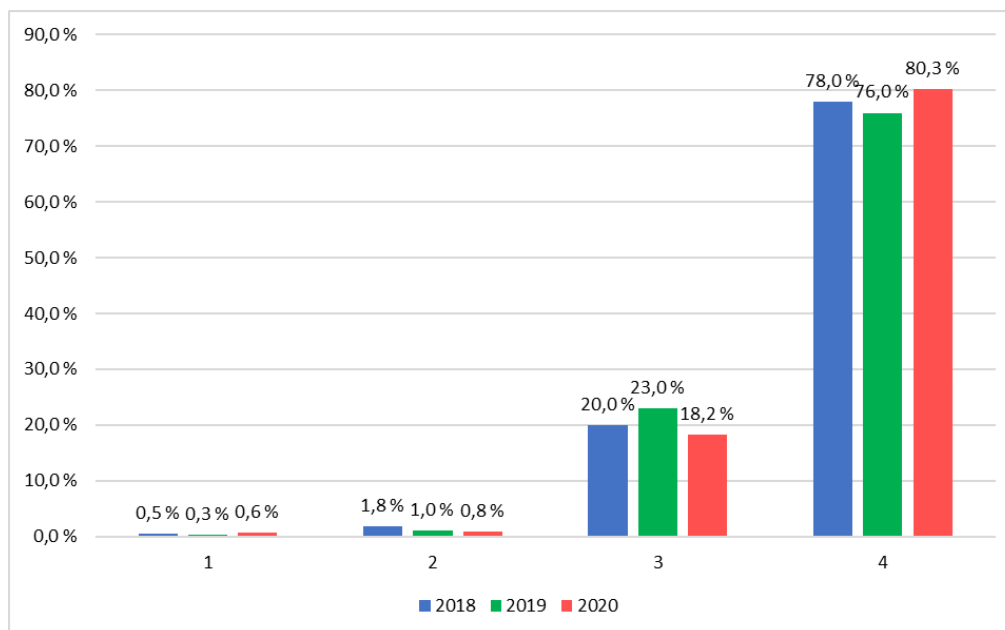
## 7.2 Tulokset rekrytointitilaisuudesta

Hakijoilta tiedusteltiin näkemyksiä rekrytointitilaisuuteen, -prosessiin ja työnantaja-mielikuvaan liittyen. Vastausvaihtoehtoina olivat asteikot 1-4, jossa 1 = täysin eri mieltä ja 4 = täysin samaa mieltä. Hakijoilta kartoitettiin rekrytointitilaisuuteen löytämisen helppoutta. Kuten kuvio 8 voi nähdä, vastaukset jakautuivat selkeästi. Suurin osa vastaajista (89,7 %) oli sitä mieltä, että rekrytointitilaisuuteen oli helppo löytää. Täysin eri mieltä oli vastaajista vain 0,5 prosenttia. Edellisiin vuosiin vertaillen tuloksissa ei ole merkittäviä eroja.



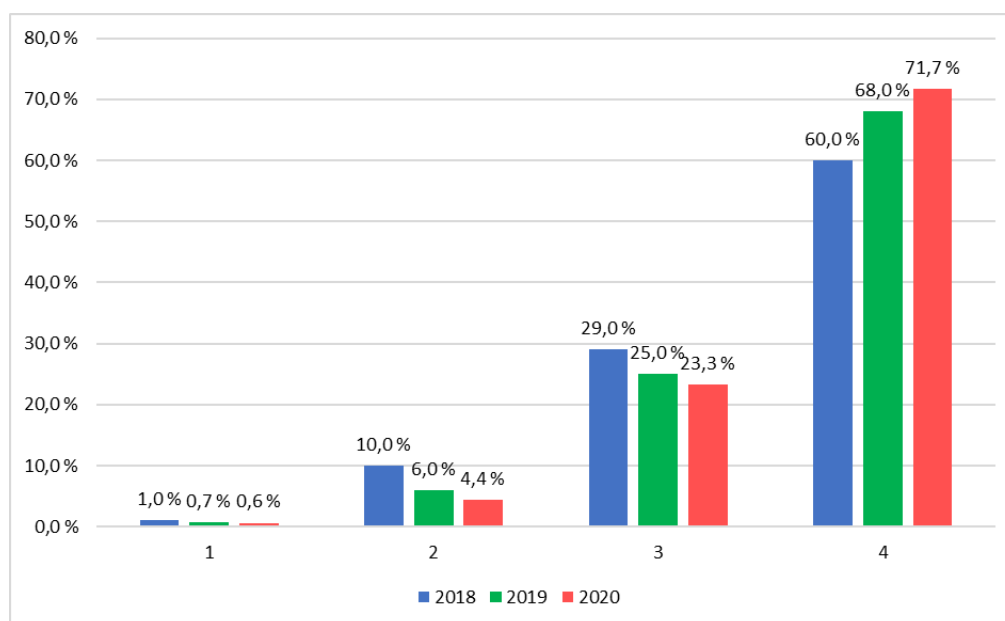
Kuvio 8. Rekrytointitilaisuuteen löytäminen

Yhdeksäs kysymys käsitteli tiedonsaantia. Kysymyksessä kysyttiin ovatko hakijat saaneet riittävästi tietoa Pirkanmaan Osuuskaupan kesätyömahdollisuuksista (kuvio 9). Enemmistö vastaajista (80,3 %) oli sitä mieltä, että he olivat saaneet riittävästi tietoa Osuuskaupan työmahdollisuuksista. Edellisvuoteen verrattuna neljänteen kohtaan (täysin samaa mieltä) vastanneiden jakauma oli kasvanut 4 prosentilla. Vain 0,6 prosenttia hakijoista oli sitä mieltä, etteivät he olleet saaneet riittävästi tietoa Osuuskaupan kesätyömahdollisuuksista.



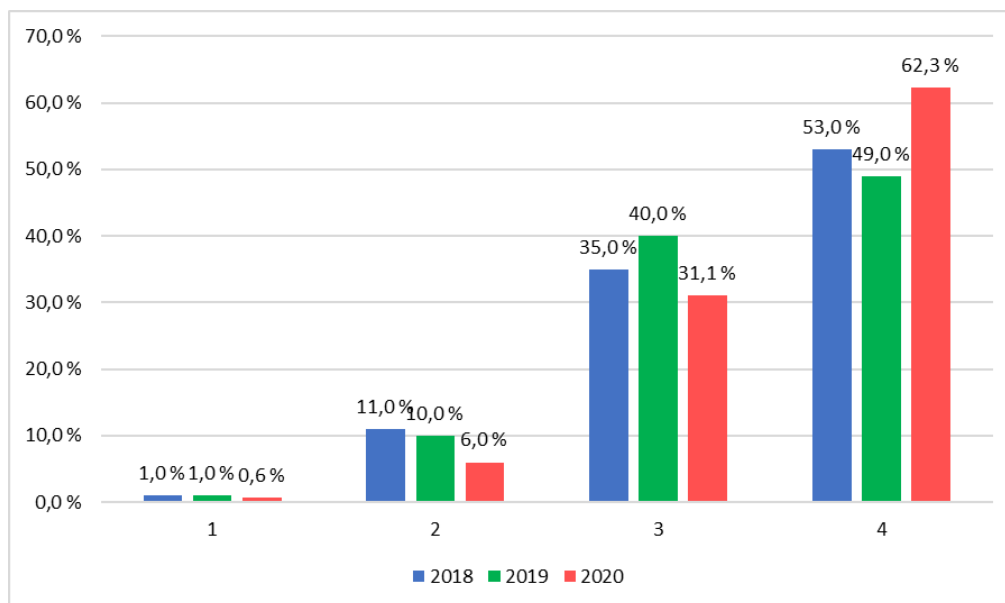
Kuvio 9. Tiedonsaanti

Kymmenennessä kysymyksessä hakijoilta kartoitettiin, oliko oman haastatteluvuoron odotusaika kohtuullinen. Vastauksissa on hyvä huomioida, että rekrytointitilaisuuksien jonotusajat vaihtelivat. Vastaajista 71,7 prosenttia oli sitä mieltä, että jonotusaika haastatteluun oli kohtuullinen. Edellisvuonna täysin samaa mieltä jonotusajan kohtuullisuudesta on ollut 68 prosenttia, joten tämän vuoden tulos on kasvanut noin neljällä prosentilla. Vain 0,6 prosenttia oli sitä mieltä, että jonotusaika ei ollut kohtuullinen.



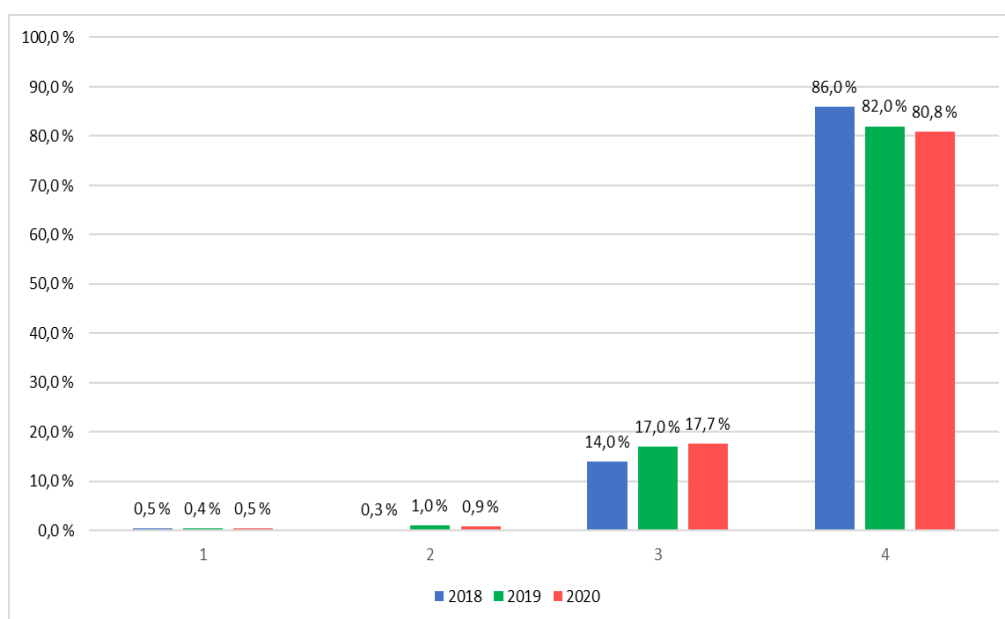
Kuvio 10. Jonotusajan kohtuullisuus

Kysymyksessä 11 tiedusteltiin, ehtikö hakija kertoa kaiken tarpeellisen haastattelussa. Yli puolet hakijoista (62,3 %) oli täysin samaa mieltä haastatteluajan riittävydestä. Jokseenkin samaa mieltä haastatteluajan riittävydestä oli 31,1 prosenttia hakijoista. Huomattavaa on, että täysin samaa mieltä vastanneiden hakijoiden osuus on kasvanut edellisestä vuodesta 13 prosentilla. Jokseenkin samaa mieltä vastanneiden prosentuaalinen osuus on laskenut edellisestä vuodesta noin 9 prosenttia.



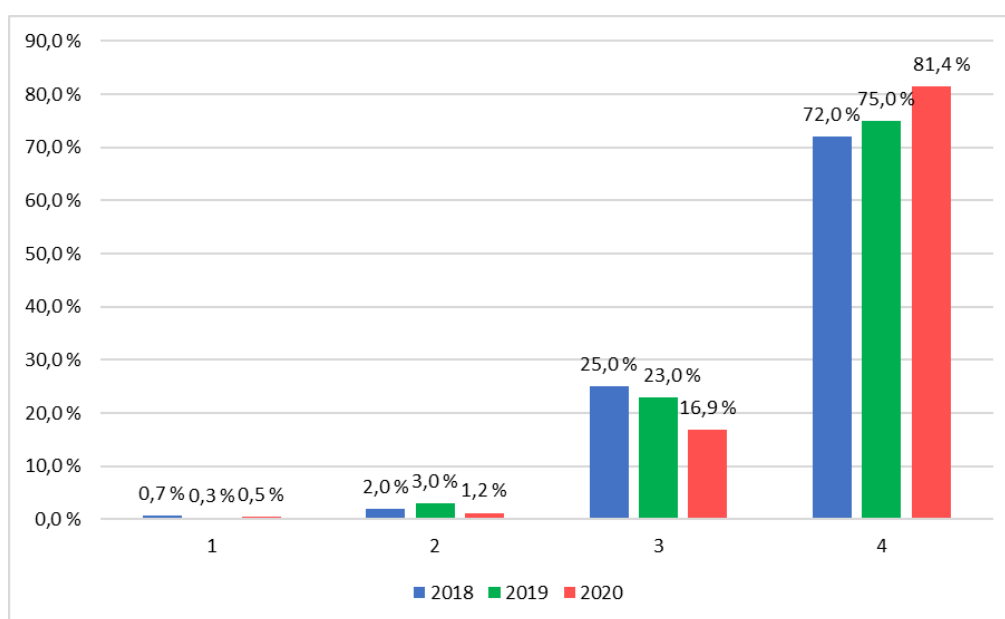
Kuvio 11. Haastatteluajan riittävyys

Kuviossa 12 hakijoilta tiedusteltiin riittävää tiedonsaantia rekrytointiprosessin etenemisestä. Hakijoista 80,8 prosenttia oli täysin samaa mieltä, että rekrytointiprosessista saatu tieto on ollut riittävää. Ainoastaan 0,5 prosenttia hakijoista oli täysin eri mieltä tiedonsaannin riittävydestä. Täysin samaa mieltä vastanneiden hakijoiden osuus on hieman laskenut vuodesta 2018, mutta merkittäviä eroja ei ole kuitenkaan havaittavissa. Muut tulokset ovat pysyneet melko samoina jokaisena vuonna.



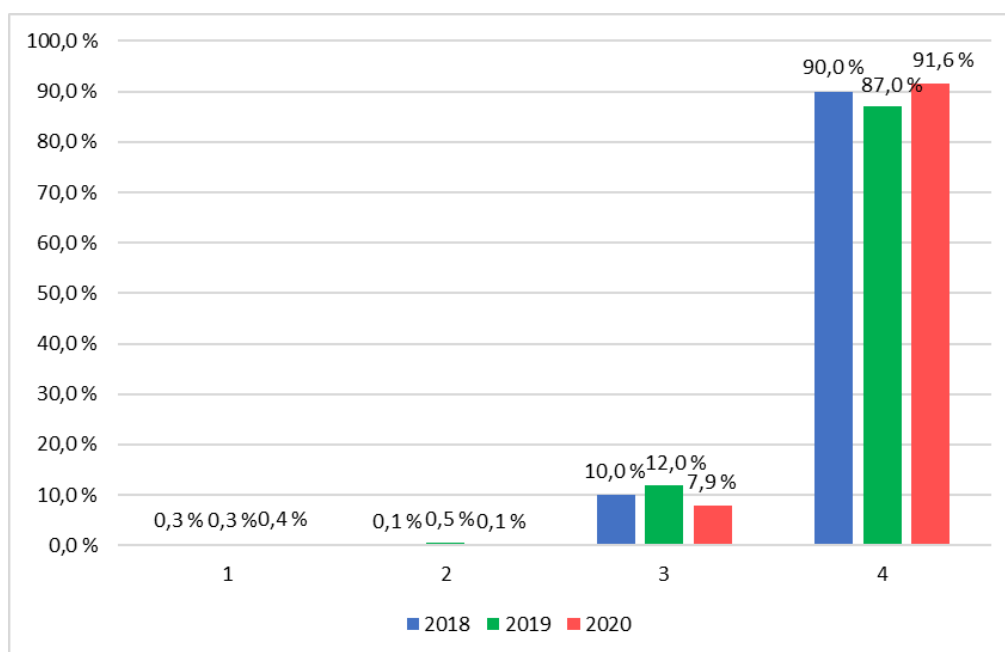
Kuvio 12. Tiedonsaanti rekrytointiprosessin etenemisestä

Hakijoilta kartoitettiin näkemyksiä tapahtuman sujuvuudesta (kuvio 13). Enemmistö hakijoista (81,4 %) oli täysin samaa mieltä siitä, että tapahtuman kulku on ollut sujuvaa. Vain 0,5 prosenttia oli täysin eri mieltä tapahtuman sujuvuudesta. Edellisiin vuosiin verrattaessa tämän vuoden rekrytointitilaisuuksien sujuvoituneisuus on kasvanut kahdesta edellisestä vuodesta.



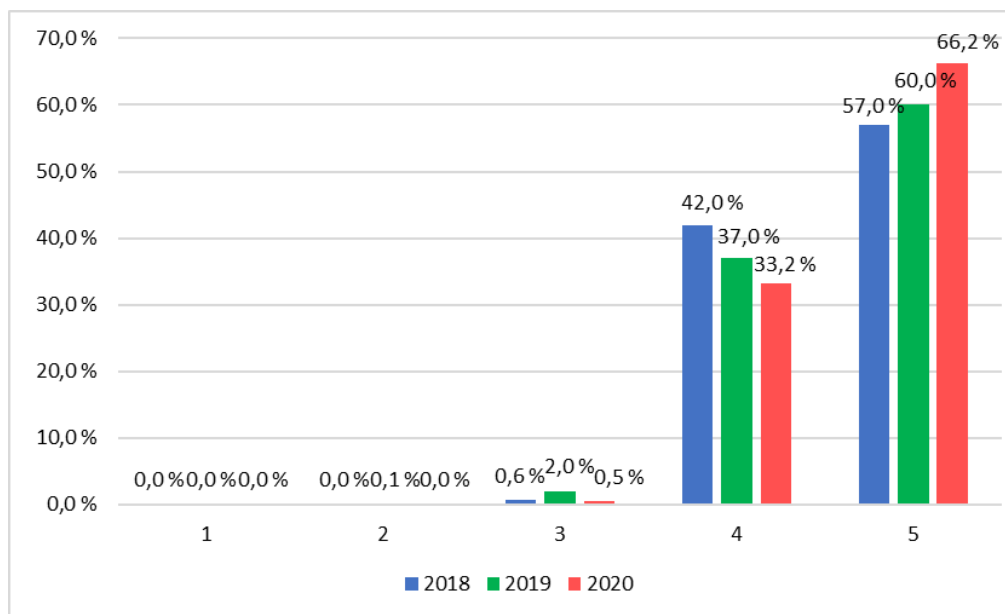
Kuvio 13. Tapahtuman sujuvuus

Hakijoilta tiedusteltiin, jäikö Pirkanmaan Osuuskaupasta luotettava ja vastuullinen kuva työnantajana (kuvio 14). Tällä haluttiin kartoittaa sitä, millainen työnantajamielikuva hakijoilla jäi Pirkanmaan Osuuskaupasta. Valtaosa hakijoista (91,6 %) oli täysin samaa mieltä Pirkanmaan Osuuskaupan luotettavuudesta ja vastuullisuudesta työnantajana. Täysin eri mieltä ja jokseenkin eri mieltä vastanneista on jokaisena vuotena ollut alle prosentin. Tämä osoittaa, että Pirkanmaan Osuuskauppa mielletään luotettavaksi sekä vastuulliseksi työnantajaksi.



Kuvio 14. Pirkanmaan Osuuskaupan työnantajamielikuva

Viimeisenä kysymyksenä hakijoilta haluttiin tiedustella, millaiset tuntemukset sekä kokemus rekrytointitilaisuudesta jäi (kuvio 15). Yli puolet hakijoista (66,2 %) oli sitä mieltä, että heillä oli jäänyt erinomaiset tuntemukset rekrytointitilaisuudesta; edellisestä vuodesta tämä kasvoi noin kuudella prosentilla. Vastauksien keskiarvo oli 4,7.



Kuvio 15. Tunnelmat rekrytointitilaisuudesta

### 7.3 Avoimet palautteet

Kyselyn loppupuolella hakijoilla oli mahdollisuus jättää avointa palautetta rekrytointitilaisuudesta. Avoimia palautteita annettiin yhteensä 199 kappaletta. Tilaisuudet saivat paljon myönteistä palautetta hakijoilta.

*”Tilaisuus muuttunut muutamassa vuodessa sujuvammaksi ja rennommaksi. Miellyttävä tapahtuma, kaikki sujui hyvin!”*

*”Positiivinen ja rento ilmapiiri, alkuinfo oli todella kattava ja siirtyminen haastatteluihin sujuvaa.”*

*”Tilaisuus oli mahtava mahdollisuus meille nuorille löytää töitä. S-ryhmä teki minuun vastuullisen ja ystävällisen ensivaikutelman.”*

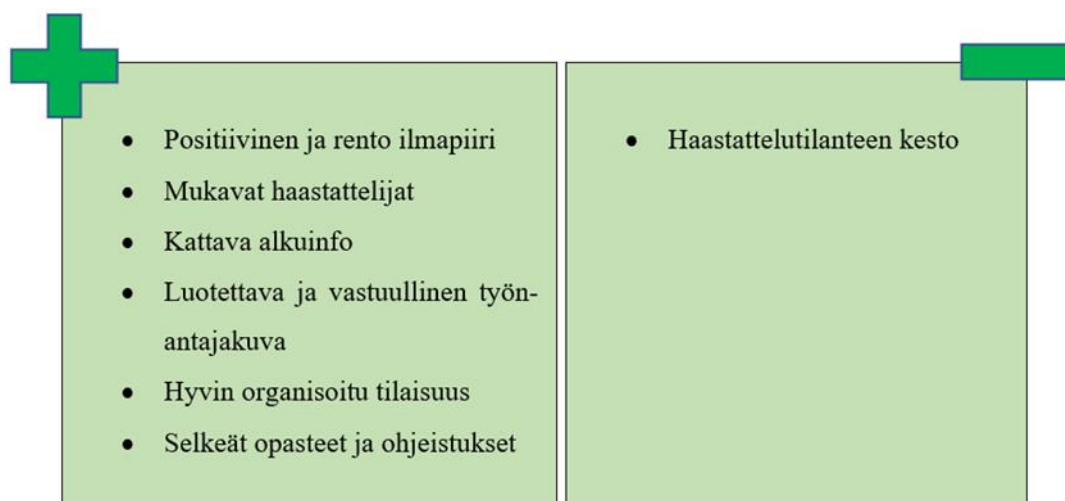
*”Tilaisuus oli hyvin suunniteltu ja järjestetty, vaikka hakijoita oli paljon, asiat etenivät loogisessa järjestyksessä sekä kaikesta kerrottiin selkeästi.”*

*”Haastattelija sekä muut tilaisuudessa mukana olleet olivat mukavia, tuli tervetullut olo.”*



Kiitosta hakijoilta tuli rekrytointitilaisuuden kehittymisestä edellisiin vuosiin verrattuna. Positiivista palautetta hakijoilta tuli tilaisuuden sujuvuudesta, hyvästä organisoinnista sekä yleisestä rennosta ilmapiiristä. Muutama hakija koki alkuinfon olleen hyödyllinen ja rentouttaneen jännitystä. Lisäksi he kokivat, että alkuinfosta sai tarpeellista tietoa haastattelusta, rekrytointiprosessin kulusta sekä työmahdollisuuksista.

Kokonaisuutta arvioiden avointen palautteiden perusteella rekrytointitilaisuudet saivat lähestulkoon kaikilta positiivista palautetta (Kuvio 16). Muutama hakija antoi negatiivista palautetta pikaisesta haastattelusta. Enemmistö hakijoista kuitenkin koki haastattelijoiden olleen mukavia sekä rentoja. Lisäksi hakijat kokivat saaneensa sanottua kaiken tarpeellisen haastattelussa, sen lyhyestä kestosta huolimatta. Osa hakijoista yllättyi, kuinka nopeasti tilaisuus eteni suuresta osallistujamäärästä huolimatta.



Kuvio 16. Avoimien palautteiden positiiviset ja negatiiviset huomiot

#### 7.4 Tulosten yhteenveto

Kesärekrytointeista saadun palautteen perusteella voidaan arvioida saatuja tuloksia varsin kattavasti. Haastatteluihin osallistuneista henkilöistä vapaaehtoiseen palautekyselyyn osallistui 78,6 prosenttia vastaajista. Sukupuolten väliseen ammatinvalintaan vaikuttavat seikat ovat palvelualoillakin nähtävissä. Palautekyselyyn vastanneista naisia oli selkeästi tänäkin vuonna enemmän kuin miehiä. Miespuolisten henkilöiden haakeutuminen niin sanottuihin palveluammatteihin on sukupuolirajoittunutta. Palveluammatit mielletään edelleenkin naisvaltaiseksi toimialaksi.

Tutkimustulosten perusteella on selkeästi todennettavissa, että kesätyöt ovat nuoren väestönosan kohteena. Tämän vuoden rekrytoinneissa oli ensimmäistä kertaa mahdollista hakeutua kesätöihin 17-vuotiaana. Heidän osuudekseen muodostuikin peräti 34,4 prosenttia kaikista hakijoista, mikä kiinnittää selkeästi huomiota. Se osoittaa, että yhä nuoremmat ovat halukkaita hakeutumaan Pirkanmaan Osuuskaupan tarjoamiin palveluammatteihin. 17-vuotiaiden mahdollisuus osallistua kesärekrytointiin edesauttaa riittävän hakijamäärän saavuttamista tulevinakin vuosina. Kun mukaan lasketaan 18-20 vuotiaat hakijat, joita oli 41,7 prosenttia, niin 17-20-vuotiaiden hakijoiden osuus oli 76,1 prosenttia kaikista hakijoista.

Pirkanmaan Osuuskaupan kesärekrytointitilaisuuksia järjestettiin neljällä eri paikkakunnalla. Pääosa hakijoista eli 78 prosenttia saapui Prisma Koivistonkylässä järjestettyyn kaksipäiväiseen rekrytointitilaisuuteen. Uutena mahdollisuutena kesätöihin hakeutumisessa järjestettiin Kesäduuni-bussikiertue kolmellatoista eri paikkakunnalla. Kiertueella saavutettiin 11 prosentin kattavuus kaikista hakijoista. Järjestetyn bussikiertueen lisäarvona voidaan pitää Pirkanmaan Osuuskaupan näkyvyyttä myös haja-asutusalueilla.

Saadun palautteen perusteella rekrytointitilaisuuksien saavutettavuus koettiin hakijoiden keskuudessa erittäin hyväksi. Hakijat kokivat, että rekrytointitilaisuuksista jäi erinomaiset tai hyvät kokemukset. Pirkanmaan Osuuskaupasta hakijoiden keskuuteen syntyi luotettava ja vastuullinen työnantajamielikuva. Positiivisen työnantajamielikuvan syntymistä edesauttoi hakuprosessissa esiintyneiden henkilöiden antama informaatio ja selkeä toimintaprosessi hakutilaisuuden eteenpäin viemisessä. Haastatteluprosessin sujuvasta etenemisestä huolimatta, tai siitä johtuen, muutamat henkilöt kokivat, että he eivät saaneet annettua itsestään haluamaansa mielikuvaa haastattelua suorittavalle henkilölle haastattelulle varatussa ajassa. Vertailtaessa palautearvioita kokonaisuuteen, huomioiden mukaan myös kirjallisen palautteen, voidaan kriittistä arviointia pitää varsin vähäisenä.

## 7.5 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Kvantitatiivista tutkimusta mitataan luotettavuudella. Tutkimuksen luotettavuutta mitataan validiteetin ja reliabiliteetin kautta. Validiteetti ilmaisee, miten hyvin tutkimuksessa on mitattu tutkittavan ilmiön ominaisuutta. Mitattavien käsitteiden tulee olla tarkasti määriteltyjä, jotta mittaustulokset olisivat valideja eli päteviä. (Heikkilä 2008, 184-186.)

Tutkimuksen validius voidaan varmistaa etukäteen huolellisella suunnittelulla sekä perusteellisella tiedonkeruulla. Validiteetilla arvioidaan tukevatko empiria ja teoria toisiaan. Perusjoukon tarkka määrittely sekä korkea vastausprosentti auttavat validin tutkimuksen toteuttamisessa. Varsinkin kyselytutkimuksissa tutkimuksen validius saattaa heikentyä, jos tutkija ja tutkimuksen kohteet eivät tulkitse kysymyksiä samalla tavalla. (Heikkilä 2014, 26.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimuksen validiteetti huomioitiin määrittämällä täsmällisesti tutkittavat käsitteet sekä muuttujat. Teoriaosuudessa käytettiin kattavasti sekä monipuolisesti eri lähteitä, mikä tukee tämän tutkimuksen validiteettia (Heikkilä 2008,30). Kyselylomakkeella saatiin mitattua niitä asioita, joita oli tarkoituskin, ja kysymykset ja vastausvaihtoehdot oli muotoiltu selkeästi ja ymmärrettävästi. Ennen tutkimuksen toteuttamista kyselylomake käytiin läpi usean henkilön kanssa, jotta kyselyn kysymyksistä ja vastausvaihtoehdoista saatiin mahdollisimman ymmärrettäviä ja selkeitä.

Tutkimuksen reliabiliteetti merkitsee sitä, että tutkimus on luotettava ja tutkimustulokset virheettömiä. Tulosten tulee olla toistettavissa samanlaisin tuloksin. Tutkimuksen tulee edustaa koko tutkittavaa perusjoukkoa, jotta tutkimustulokset olisivat luotettavia (Heikkilä 2008, 31). Tutkimuksen luotettavuutta heikentää liian suppea kohderyhmän otoskoko. Kohderyhmän otoskoon ollessa liian suppea vastauksista tulee sattumanvaraisia, jolloin ne eivät myöskään ole luotettavia. Lisäksi reliabiliteettiin vaikuttavat satunnaiset virheet aineiston keruussa, käsittelyssä sekä tutkimusten tulkitsemisessä. (Vilkkä 2007, 150.)

Tämän opinnäytetyön reliabiliteettia voidaan pitää hyvänä, sillä tutkimuskyselyn vastausprosentti oli 78,6 prosenttia ja kyselyyn vastasi yhteensä 954 henkilöä.

Tutkimuksen reliabiliteettiä varmistettiin käsittelemällä tulokset SurveyPal-kyselytyökalun avulla, jolla vältettiin virheet tietojen keräämisessä sekä käsittelyssä. Reliabiliteetti olisi voinut olla vieläkin parempi, jos vastaajien sukupuoli- ja ikäjakauma olisi ollut tasaisempi. Tutkimus tehtiin anonyyminä, joka tukee tämän tutkimuksen luotettavuutta. Vastaajien satunnaisvirheiden, kuten muistivirheiden, välttämiseksi kesätyönhakijat vastasivat kyselyyn heti haastattelusta päästyään. Tällä varmistettiin, että työnhakijan hakijakokemus on mahdollisimman hyvässä muistissa kyselyyn vastatessa.

## 8 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, millaiseksi kesätyönhakijat kokivat kesärekrytoinnit tänä vuonna ja millainen hakijakokemus heille rekrytointitilaisuuksista muodostui. Lisäksi opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, minkälainen työnantajakuva rekrytointitilaisuuksiin osallistuville kesätyönhakijoille jäi Pirkanmaan Osuuskaupasta. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin rekrytoinnin merkitystä sekä rekrytointiprosessin eri vaiheita. Lisäksi määriteltiin hakijakokemuksen käsite sekä hakijakokemuksen vaikutus työnantajakuvaan. Hakijakokemus ja työnantajakuva ovat vahvasti kytkeytyneet yhteen, minkä vuoksi niiden yhteyttä käsiteltiin myös teoriaosuudessa.

Tutkimustulosten yhteneväisten vastausten perusteella voidaan tehdä yleistys kesätyönhakijoiden mielipiteistä koskien kesätyönhakuprosessia. Tutkittaessa tutkimustuloksia ovat tulokset hyvin yksimieliset ja positiiviset. Rekrytointitilaisuuksiin osallistuneet hakijat kokivat saaneensa erittäin hyvin tietoa Pirkanmaan Osuuskaupan tarjoamista kesätyömahdollisuuksista ja siihen liittyvästä hakuprosessista. Hakutilaisuuksien koettiin edenneen sujuvasti aikataulun osalta, tyytymättömien osuuden ollessa erittäin vähäinen.

Tutkimustulosten mukaan kesätyönhakijoilla on hyvin myönteinen työnantajamielikuva Pirkanmaan Osuuskaupasta. Positiivinen työnantajamielikuva edistää rekrytointiprosessin onnistumista. Vastausten perusteella hakijat kokivat Pirkanmaan Osuuskaupan luotettavaksi ja vastuulliseksi työnantajaksi. Hakijoiden tyytyväisyys rekrytointiprosessiin sekä rekrytointitilaisuuksiin on kehittynyt positiivisempaan suuntaan verrattaessa edellisiin vuosiin. Lisäksi työnantajamielikuva Pirkanmaan Osuuskaupasta on kehittynyt myönteisemmäksi.

Tämän vuoden kesätyönhakijoiden rekrytointiprosessiin ei löydy suuria kehityskohteita. Saatua hakijapalautetta tarkasteltaessa lievästi kriittinen huomio mahdollisena kehityskohteena kohdistuu haastattelutilanteen keston. Hakijoiden antamista arvostuksista huonoimmaksi jää sekä yleisessä että avoimessa palautteessa haastattelutilanteeseen annetun ajan määrä.

Hakijat kokivat, etteivät he ehtineet kertoa riittävästi kaikkea tarpeellista itsestään. Ratkaisuksi syntyneeseen ongelmaan voisi harkita haastattelujen porrastamista kolmelle päivälle. Tällöin samalla haastatteli- ja hakijamäärällä haastattelutilanteeseen saataisiin noin kolme minuuttia lisääikaa ja hakuprosessia saisi kehitettyä entistä hakijaystävällisemmäksi.

Opinnäytetyön tavoite täyttyi, sillä tulosten perusteella pystytään vastaamaan tutkimuskysymyksiin. Kokonaisuutta arvioiden voidaan tulla siihen johtopäätökseen, että kesätyönhakijat olivat erittäin tyytyväisiä Pirkanmaan Osuuskaupan rekrytointitilaisuuksiin sekä bussikiertueeseen. Koska hakijat olivat tyytyväisiä rekrytointiprosessiin, voidaan olettaa myös hakijakokemusten olleen positiivisia. Kesätyöntekijöiden rekrytointitilaisuudet, sekä tämä tutkimus, tuottavat haluttua lisäarvoa Pirkanmaan Osuuskaupalle. Tutkimustulosten avulla Pirkanmaan Osuuskauppa saa tietoa rekrytointiprosessin onnistumisesta hakijanäkökulmasta sekä kesätyönhakijoiden ajatuksia Pirkanmaan Osuuskaupasta työnantajana. Tutkimustulokset auttavat myös ensi vuoden kesätyörekrytoinnin suunnittelussa sekä kehittämisessä. Tämä opinnäytetyö selvitti kesätyönhakijoiden rekrytointiprosessin onnistumista. Jatkotutkimusaiheena voisi tutkia kesätyönhakijoiden perehdyttämisen onnistumista sekä sen vaikutusta työnantajakuvaan.

## 9 LOPUKSI

Opinnäytetyöprosessia aloittaessa minulla ei ollut aiempaa tietämystä rekrytoinnista rekrytoivan osapuolen näkökulmasta. Koin tämän aiheen olevan mielenkiintoinen ja hyödyllinen ammatillisen kehittymiseni kannalta. Opinnäytetyöprosessia aloittaessa olin aika varma siitä, mitä työhöni tulisin sisällyttämään. Prosessin edetessä ja aihepiiriin syventyessä huomasin aiheen rajaamisen olevan yllättävän vaikeaa. Aiheen rajaaminen, jotta työstä saisi mahdollisimman selkeän ja eheän kokonaisuuden, osoittautuikin yhdeksi työn vaativimmista osuuksista. Teoriaosaan olisi ollut mielenkiintoista sisällyttää enemmänkin asioita, mutta tällöin aihe olisi lähtenyt laajenemaan liiaksi. Aihepiirin rajaamista helpotti, kun piti mielessään työn tutkimuskysymykset.

Tutkimusta toteuttaessa sekä aineistoa kerätessä sain paljon uusia näkökulmia toimeksiantajayrityksestä sekä heidän rekrytointiprosessistaan. Oli mielenkiintoista olla mukana osana rekrytointitiimiä ja nähdä rekrytoijan silmin asioita työntekijöiden rekrytoimisesta. Tutkimusta ja tutkimustuloksia olikin helpompi työstää, kun näki ensin käytännössä, miten asiat toteutetaan.

Olen tyytyväinen aihevalintaani, työn lopputulokseen sekä koko opinnäytetyöprosessiin. Koen, että kehityin paljon ammatillisesti sekä kirjoittajana prosessin aikana. Opinnäytetyöprosessi opetti hallitsemaan paremmin oman työskentelyni aikatauluttamista, suunnitelmallisuutta sekä itsenäisempää päätöksentekoa. Tämän opinnäytetyöprosessin jälkeen tunnen tietäväni enemmän rekrytoinnista sekä minkälaisia asioita työntekijän rekrytoimisessa tulee huomioida. Koen, että näkemykset rekrytoivan osapuolen näkökulmasta ovat hyödyllisiä tulevaisuudessa urallani kehittymisessä.

## LÄHTEET

- CareerArc. 2020. The Future of Recruiting. Viitattu 10.02.2020. <http://d31kswug2i6wp2.cloudfront.net/marketo/content/case-studies/careerarc-future-of-recruiting-study.pdf>
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.
- Helsilä, M. & Salojärvi, S. 2009. Strategisen henkilöstöjohtamisen käytännöt. Helsinki: Talentum.
- Honkaniemi, L., Junnila, K., Ollila, J., Poskiparta, H., Rintala-Rasmus, A. & Sandberg, J. 2006. Viisaat valinnat. 1. painos., Helsinki: Työterveyslaitos.
- Joki, M. 2018. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. Helsinki: Kauppakamari.
- Järvinen, A. & Korosuo, H. 1990. Henkilöstön hankinta yrityksen menestystekijänä.
- Kaijala, M. 2016. Rekrytointi: tehtävään vai yhtiöön? Helsinki: Alma Talent.
- Kauhanen, J. 2009. Henkilöstövoimavarojen johtaminen. Helsinki: WSOY.
- Korpi, T., Laine, T. & Soljasalo, J. 2012. Suhteellinen rekrytointiteoria. Infor.
- Laakso, K. 2015. Tuleeko työnhakijasta yrityksesi arvostelija vai puolestapuhuja? Kauppalehti. Viitattu 10.02.2020. <https://studio.kauppalehti.fi/kulmahuone/hakijakokemus-voi-maarittaa-tuleeko-tyonhakijasta-yrityksesi-arvostelija-vai-puolestapuhuja>
- Laaksonen, S. 2017. Rekrytoijan muistilista – mitä hyvä hakijakokemus tarkoittaa? Viitattu 10.02.2020. <https://emine.fi/mita-hakijakokemus-tarkoittaa/>
- Leinonen, M. 2017. Mitä on hakijakokemus ja miksi siihen kannattaa investoida. Viitattu 11.02.2020. <https://talentadore.com/fi/mita-on-hakijakokemus/>
- Nivukoski, A. 2019. Hakijakokemus ja sen vaikutus työnantajamielikuvaan. Viitattu 11.02.2020. <https://www.fcgtalent.fi/hakijakokemus-ja-sen-vaikutustyonantajamielikuvaan>
- Onishuk, E. 2019. How to create a great candidate experience. Viitattu 08.03.2020. <https://resources.workable.com/tutorial/candidate-experience>
- Pirkanmaan Osuuskaupan vuosikertomus 2020. Viitattu 15.04.2020. <http://view.sok-julkaisut.fi/mobile/view.php?pid=63b39a53b8f6dac1bfbbb2e4a1768baa#.XtjMrTozZm8>
- Pitkäranta, A. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä – Työkirja ammattikorkeakouluun. Jokioinen: e-Oppi Oy.



Rantanen, S. 'Asiakaskokemus istuu myös HR:n työpöydällä'. Eminent vaikuttava työnantajabrändi – podcast. 13.8.2018. Viitattu 10.03.2020. <https://emine.fi/podcast54/>

Räsänen 2019. 'Viestinnän merkitys rekrytointiprosessissa – 6 vinkkiä hyvään hakijakokemukseen. aTalent Recruiting. 09.07.2019. Viitattu 10.02.2020. <https://atalent.fi/blog/viestinta-ja-lapinakyvyys-rekrytointiprosessissa-viisi-vinkkia-hyvaan-hakijakokemukseen>

Salli, M. & Takatalo S. 2014. Loista rekrytoijana. Helsinki: Kauppakamari.

S-kanavan www-sivut 2020. Viitattu 02.03.2020. <https://www.s-kanava.fi/web/pirkanmaa/etusivu>

S-ryhmän www-sivut 2020. Viitattu 02.03.2020. <https://s-ryhma.fi/>

Studentwork www-sivut 2020. Viitattu 09.02.2020. <https://www.studentwork.fi/blogi/hakijakokemus-on-avain-hyvan-tyonantajamielikuvan-rakentumiselle/>

Talent Board. 2020. 2019 EMEA (Europe, the Middle East & Africa) Candidate Experience Research Report. Viitattu 09.02.2020. [https://3cmsd11vskgf1d8ir311irgt-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2020/03/2019-EMEA-CandEs-Research-Results-Report\\_Final-02-24-2020.pdf](https://3cmsd11vskgf1d8ir311irgt-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2020/03/2019-EMEA-CandEs-Research-Results-Report_Final-02-24-2020.pdf)

Vahtio, E. 2005. Rekrytointi menestystekijänä. Helsinki: Edita.

Viitala, R. 2014. Henkilöstöjohtaminen: Strateginen kilpailutekijä. Helsinki: Edita.

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

Writer, S. 2019. What is Candidate Experience? Definition, Key, Components, and Strategies. Viitattu 08.03.2020. <https://www.hrtechnologist.com/articles/recruitment-onboarding/what-is-candidate-experience-definition-components-technology/>

Österberg, M. 2005. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. Helsinki: Edita Prima Oy

Liite 1. Rekrytointien haastattelualueet

**Alue 1**

Rekrytointitilaisuus 7-8.2.2020 Prisma Koivistonkylä

**Alue 2**

Rekrytointitilaisuus 17.2.2020 HAMK Valkeakoski

Bussikiertue 18.2.2020 Toijala, Viiala ja Urjala

**Alue 3**

Rekrytointitilaisuus 19.2.2020 Sylvään Koulu, Sastamala

**Alue 4**

Bussikiertue 3.3.2020 Eräjärvi, Orivesi, Länkipohja ja Korkeakoski

**Alue 5**

Rekrytointitilaisuus 20.2.2020 Ikaalisten Yhteiskoulun lukio

Bussikiertue 5.3.2020 Parkano, Karvia ja Hämeenkyrö

**Alue 6**

Bussikiertue 4.3.2020 Mänttä, Virrat ja Ruovesi

## Liite 2. Kesärekrytointitilaisuuden palautekysely

### Kesärekrytointitilaisuuden palautekysely

Hyödynnämme tämän kyselyn tuloksia osana opinnäytetöitämme, jotka käsittelevät Pirkanmaan

Osuuskaupan työnantajamielikuvaa ja hakijakokemusta.

Kiitos tärkeästä vastauksestasi.

Veera & Jimi

#### Olen (vapaaehtoinen)

☐

Mies

☐

Nainen

#### Ikäni

☐

Alle 17 vuotta

☐

17

☐

18-20

☐

21-23

☐

24-26

☐

27-29

☐

30-39

☐

40-49

☐

50 +

Kotipaikkakuntani

☐

Akaa

☐

Hämeenkyrö

☐

☐

Juupajoki

☐

Jämijärvi

☐

Kangasala

☐

Karvia

☐

Kihniö

☐

Lempäälä

☐

Mänttä-Vilppula

☐

Nokia

☐

Orivesi

☐

Parkano

☐

Pirkkala

☐

Pälkäne

☐

Ruovesi

☐

Sastamala

☐

Tampere

☐

Urjala

☐

Valkeakoski

☐

Vesilahti

☐

Virrat

☐

Ylöjärvi

☐

Joku muu

## Osallistun rekrytointitilaisuuteen

☐

pe-la 7.–8.2. Prisma Koivistonkylä, Tampere

☐

ma 17.2. HAMK, Valkeakoski

☐

ke 19.2. Sylvään koulu, Sastamala

☐

to 20.2. Ikaalisten yhteiskoulun lukio

☐

Kesäduunibussikiertue

### Saavuvin haastatteluun

Bussilla

Junalla

Kävelen

Pyörällä

Sain kyydin

Omallalla autolla

Jotenkin muuten, miten?

### Sain tiedon Pirkanmaan Osuuskaupan kesätyöpaikoista

www.pokrekry.fi

www.s-ryhma.fi

www.oikotie.fi

www.duunitori.fi

Facebookista

Instagramista

kaveriltani

perheenjäseneltäni

toimipaikkamme työntekijän vinkistä

toimipaikkamme mainosjulistesta

kaupan kuulutuksesta

oppilaitoksen mainosjulistesta

TE-toimistosta

Jokin muu, mikä

### Valitse väittämiin sopivin vaihtoehto asteikolla 1-4

Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

1

2

3

4

Löysin helposti perille\*

Löysin helposti perille\*

1

☐

Täysin eri mieltä

2

☐

3

☐

4

☐

Täysin samaa mieltä

Olen saanut riittävästi tietoa Pirkanmaan Osuuskaupan kesätyömahdollisuuksista\*

Olen saanut riittävästi tietoa Pirkanmaan Osuuskaupan kesätyömahdollisuuksista\*

1

☐

Täysin eri mieltä

2

☐

3

☐

4

☐

Täysin samaa mieltä

Oman haastatteluvuoroni jonotusaika oli kohtuullinen\*

Oman haastatteluvuoroni jonotusaika oli kohtuullinen\*

1

☐

Täysin eri mieltä

2

☐

3

☐

4

☐

Täysin samaa mieltä

Ehdin kertoa kaiken tarpeellisen haastattelussa\*

Ehdin kertoa kaiken tarpeellisen haastattelussa\*

1

☐

Täysin eri mieltä

2

☐



3

☐

4

☐

Täysin samaa mieltä

Tiedän, miten rekrytointiprosessi jatkossa etenee\*

Tiedän, miten rekrytointiprosessi jatkossa etenee\*

1

☐

Täysin eri mieltä

2

☐

3

☐

4

☐

Täysin samaa mieltä

Tapahtuman kulku oli sujuva\*

Tapahtuman kulku oli sujuva\*

1

☐

Täysin eri mieltä

2

☐

3

☐

4

☐

Täysin samaa mieltä

Pirkanmaan Osuuskaupasta jäi luotettava ja vastuullinen kuva työnantajana\*

Pirkanmaan Osuuskaupasta jäi luotettava ja vastuullinen kuva työnantajana\*

1

☐

Täysin eri mieltä

2

☐

3

☐

4

☐

Täysin samaa mieltä

Rekrytointitilaisuudesta jäi hyvä fiilis

4



2



5

3



1



1

Avoin palaute rekrytointitilaisuudesta

---

---

---

---